تنمية المهارات الدعوية (٢)



الدليل الذكي للخطيب والمتحدث

جمع وترتيب
أسامة شحادة

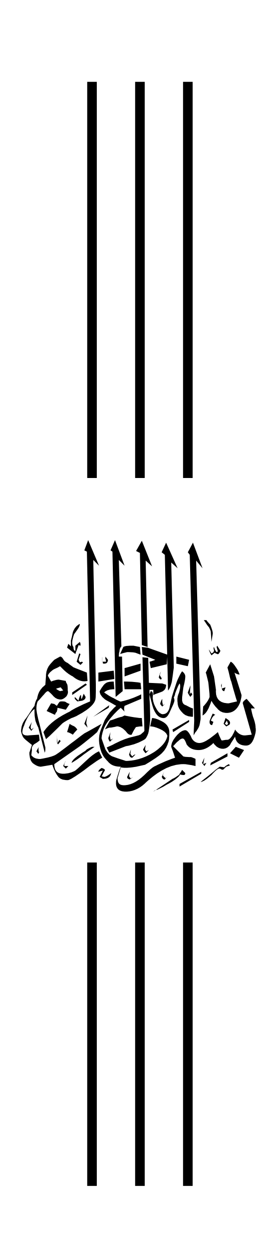
t y

"

سنة ١٤٣٢هـ - سنة ٢٠١١م

جمعية الكتاب والسنة - لجنة الكلمة الطيبة
الأردن – عمان - حي نزال - شارع الدستور
ت: ٤٣٨٤١٥٩ – ص ب: ٧١١٥٧٤ عمان ١١١٧١ الأردن
موقع الجمعية: www.ktabsona.com

الدَّليل الذَّكي
للخطيب والمتحدِّث



بسم الله الرحمن الرحيم

مُقَدِّمَة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، وبعد..

فإن للخطيب والمتحدث دور كبير جدّاً في إصلاح المجتمع ورعايته ونهضته؛ لما لهما من تأثير كبير ومستمر على مساحات واسعة، ولكونهما محل قدوة وتقدير من الآخرين، فلذلك كان الإهتمام بهما ودعمهما ورعايتهما من الأهمية بمكان.

وتسعى لجنة الكلمة الطيبة من "مشروع تنمية المهارات الدعوية" لتزويد الخطباء والمتحدثين بالمهارات اللازمة لذلك، أو صقلها وتنميتها عبر إقامة الدورات الخاصة لذلك، وإعداد دليل علمي سهل لاتقان هذه المهارات، وتنمية الحصيلة المعرفية اللازمة لهذا الهدف.

وقد صمم هذا الدليل ليناسب غالب شرائح الخطباء والمتحدثين؛ سواء من ناحية التحصيل العلمي، أو الموقع الجغرافي، أو الجمهور المستهدف.

وروعي فيه المزج بين عدة مدارس ونظريات في فن الإلقاء، وذلك لتقديم دليل شامل وذكي يلبي جميع الحاجات -بإذن الله-، وتنوع المادة بين الجانب النظري والإرشادات، والتطبيقات العملية.

وننبه على أن كل مادة هذا الدليل هي اختيارات من كتب فن الإلقاء، مع تصرف وحذف يسير، وبعض الإضافات؛ قمت بترتيبها بطريقة تتكامل فيها المعلومات والمهارات، وسيتم الإشارة في كل نقل للمصدر.

ونعتقد أن كل الخطباء سيستفيدون من مطالعة الدليل كما يلي:

١ - الخطيب المبتدأ سيقرأه أكثر من مرة، ولكن سيطبقه على مراحل.

٢ - الخطيب الممارس سيجد فيه جوانب جديدة يهمه تطويرها في نفسه.

٣- الخطيب المحترف سيكون رؤية معرفية نظرية تمكنه من نقل خبرته إلى الآخرين.

وفي الختام أشكر جميع الذين قدموا يد العون لإنجاح هذا المشروع، وأرجو من أخواني الذين يطالعون هذا الكتاب عدم التردد في إبداء أرائهم واقتراحاتهم حوله.

مشرف لجنة الكلمة الطيبة

أسامة شحادة

٢٠١١/١/٥

الباب الأول: الخطيب.. دور وتأثير وتطوير

- فضل الدَّعوة .
- دور إمام المسجد .
- مهمَّة الخطيب .
- أنواع الخطباء .
- مكانة وتأثير خطبة الجمعة .
- الخطباء . . وتوجيه الرأي العام .
- رؤية الخطيب لدوره .
- طوِّر مهاراتك .
- مفهوم الخطابة .
- صفات الخطيب المتميز .
- نمِّي ثقافتك .

G فضل الدَّعوة[1] G

Y **وردت أحاديث عدة ترغب في الدعوة، وتحث عليها:**

G منها: «**مَن دلّ على خيرٍ فله مثل أجر فاعله**»[2]، و«**من دعا إلى هدى كان له من الأجر مثل أجور من تبعه؛ لا ينقص ذلك من أجورهم شيئاً، ومن دعا إلى ضلالة كان عليه من الإثم مثل من تبعه؛ لا ينقص ذلك من آثامهم شيئاً**»[3].

G **وقال ﷺ لعليّ: «فوالله لئن يهدي الله بك رجلاً واحداً خيرٌ لك من حُمر النعم»**[4].

G **وعن أبي أُمامة الباهلي مرفوعاً قال: قال رسول الله ﷺ: «إن الله وملائكته وأهل السموات والأرض؛ حتى النملة في جحرها، وحتى الحوت في البحر ليُصلّون على معلمي الناس الخير»**، ثم قال رسول الله ﷺ: «**فضل العالم على العابد كفضلي على أدناكم**»[5].

لقد ضُيع الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر عبر أزمان متطاولة، ولم يبق منه إلا رسمه؛ كما يقول الإمام النووي، وهذا في زمنه هو؛ فكيف بزماننا نحن؟!

فما زلنا بحاجة لدعوة المسلمين للرجوع لإسلامهم، وتحكيمه في حياتهم الخاصة والعامة، في سياستهم، واقتصادهم، واجتماعهم، وأخلاقهم، وحربهم، وسلمهم، ومسجدهم، وسوقهم... وإلا فما أبعد الفارق بين الإسلام كدين والمسلمين كواقع، وما أبعد الهوية بين أمسنا ويومنا، حتى عاد الإسلام غريباً وسط أهله وبنيه؛ كما بدأ غريباً، فطوبى للغرباء.

وإذا انتقلنا إلى أوروبا وأمريكا وهنا وهناك وجدنا صورة مشوهة منفرة للإسلام، فالكثرة لم تسمع عن الإسلام -إن سمعت- إلا أنه دعوة لقتل الأبرياء، وترويع الآمنين، وبِغضّ النظر عن السبب في هذه الصورة، هل هو سوء تصرفنا وانحرافنا عن ديننا؟ أم هو الإعلام الغربي الفاجر؟

---

(١) "كيف تكون خطيباً؟"، سعيد عبد العظيم (ص٨).

(٢) رواه مسلم.

(٣) رواه مسلم.

(٤) متفق عليه.

(٥) رواه الترمذي، وقال: "حسن غريب".

فالأمر على كل حال **يستدعي بذل الجهد في إبلاغ الحق للخلق**، والارتفاع إلى مستوى الإسلام؛ علماً وعملاً وجهاداً، وبذل النصيحة لله ولكتابه ولرسوله ﷺ ولأئمة المسلمين وعامتهم، ودعوة الخلائق جميعاً للإسلام لوجه الله ﷻ: ﴿إِنَّ الدِّينَ عِندَ اللّهِ الإِسْلاَمُ﴾[آل عمران:١٩]، ﴿وَمَن يَبْتَغِ غَيْرَ الإِسْلاَمِ دِينًا فَلَن يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي الآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ﴾ [آل عمران: ٨٥].

٧ **فمهمة هذه الأمة: إنقاذ البشرية من شقائها وتعاستها، وهداية أهل الكتاب وأصحاب الحضارة المادية المزعومة إلى طريق مستقيم..** ﴿قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْاْ إِلَى كَلَمَةٍ سَوَاء بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلاَّ نَعْبُدَ إِلاَّ اللّهَ وَلاَ نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلاَ يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضاً أَرْبَابًا مِّن دُونِ اللّهِ فَإِن تَوَلَّوْاْ فَقُولُواْ اشْهَدُواْ بِأَنَّا مُسْلِمُونَ﴾[آل عمران: ٦٤].

ونحن لا نخلق الفرص، وأيضاً لا نضيعها فلا بد من حركة وعمل دؤوب؛ نواصل به الليل والنهار، ويؤدي كلٌّ منا دوره ومهمته؛ التي لا تقل عن دور (الهدهد) في حمل الأمانة، عندما قال لنبي الله سليمان: ﴿أَحَطتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِ وَجِئْتُكَ مِن سَبَإٍ بِنَبَإٍ يَقِينٍ﴾[النمل: ٢٢]، وخصوصاً ونحن بإزاء أعداءٍ لا ينامون، ينفقون أموالهم ليصدوا عن سبيل الله، فإن لم ندعو صرنا محلاً وفريسة سهلة لدعواتهم المارقة!

D **ولا ينبغي لنا أن نفرط في أي صورة أو وسيلة مشروعة من صور ووسائل الدعوة؛ فالكل في سباق.**

G دور إمام المسجد[1] G

إن دور إمام المسجد ليس مجرد التكبير في كل صلاة؛ فيكبر الناس وراءه، ويصلون بصلاته الفروض الخمسة.. وانتهى الأمر على ذلك!!

كلا..فهذه مهمة يقوم بها أي متطوع في أي صلاة؛ دون الحاجة لإمام المسجد.

m **وإنما إمام المسجد رجل تُنَاط به مهام كثيرة:**

أولاً: الإمامة في الصلوات الخمس: فمن انتظام إمام المسجد في الإمامة يبدأ ارتباط المصلين به، وتعلمهم صفة صلاة النبي ﷺ، وعلى الإمام أن يكون مضطلعاً بمعرفة كيفية صلاته ﷺ، وأحكام الإمام والمأموم، وأحكام سجود السهو، وصور التنوع المشروع في صفة الصلاة، وما يسن قراءته في بعض الأحوال، وما ينبغي له من التخفيف في ضوء مراعاة السنة.

كما ينبغي أن يكون عالماً بأحكام التجويد والتلاوة، وأن يستقرَّ في البقعة التي صلى فيها بعد الالتفات للمصلين ليختم الصلاة، ويعلم الناس ختم الصلاة وأذكار الصباح والمساء، وذكر دخول المسجد والخروج منه، ونحو ذلك مما يتكرر مع إتيانهم المسجد في كل صلاة.

ثانياً خطبة الجمعة :تكاد تكون خطبة الجمعة أهم دور لإمام المسجد، بل هي كذلك؛ لا سيما مع قلة استماع الناس لسواها من الذِّكر والموعظة.

Y **فمن ثم كان من واجب الإمام: إعداد العدة للخطبة جيداً**؛ من ناحية موضوعها، وأدائها بطريقة مفهومة وغير مملة، مع مراعاة السنة في رفع الصوت بها، مع عدم الإطالة، وكذلك مع عدم الاختصار أو الاستعجال؛ بل المطلوب التوسط؛ كما في الحديث: "كانت صلاته قصداً، وخطبته قصداً"[2].

والتوسط -اليوم- أولى من الاستعجال والاختصار؛ لأنّ خطبة الجمعة بالنسبة لأكثر الناس صارت المصدر أو الزاد الوعظي والتوجيهي الشرعي الوحيد.

---

(١) "رسالة إلى إمام المسجد"، د. هشام قعدة، (ص٧).

(٢) رواه مسلم وغيره.

m **والخطيب أمامه احتياجات كثيرة ينبغي تلبيتها للمصلين في خطبة الجمعة:**

C **فمنها: عرض أحكام الدين واضحة نقية من الشبهات**؛ التي يتعمد بعض المشككين هزَّ ثقة المسلمين بدينهم من خلالها.

C **ومنها: توعيتهم بواقعهم وواجبهم** في حفظ الدِّين، وتربية الأجيال على الالتزام به.

C **ومنها: الاهتمام بالنوازل التي تنزل بالمسلمين وعدم تجاهلها**، بل عليه أن يأخذ بيد الناس من حيرتهم، ويبين لهم وجهة النظر الشرعية فيما يصيبهم، والسبيل إلى دفعه، وما يلزم كلًّا منهم، وما لا يلزمه؛ حتى يعلم كل واحد ما يجب عليه عند نزول نازلة، أو تجدد أمر في حياة المسلمين ومعاملاتهم.

C **ومنها: ألا تخلو الخطبة من الترغيب والترهيب**، والحثِّ على تقوى الله، وتحريك المشاعر، وتقوية الإيمان في القلوب، وزيادة الحَمِيَّة للدين في النفوس، وجمع قلوب الناس حول الصالحين والدعاة وأهل العلم المخلصين.

C **ومنها: ألا تخلو من الاهتمام بشؤون المسلمين**، والدعاء لهم ولأُسرهم ومرضاهم ولسائر المستضعفين والمضطهدين، والدعاء بنصر الله للمجاهدين، وهداية الناس للإسلام، والتزام الصراط المستقيم، والتذكر بالآخرة ومقدماتها من الموت والقبر وفتنته، ونحو ذلك.

C **ومنها: ألا تخلو من المؤثرات الأدبية والعبارات المؤثرة**؛ من نصوص الكتاب والسنة، أو ما دون ذلك من الشعر وأقوال السلف والحكماء والبلغاء، وضرب الأمثال، وذكر القصص التي تثبت المعنى المراد في النفوس.

C **ومنها: ألا يسارع الخطيب إلى الانصراف بعد الصلاة**، بل يبقى بعض الوقت لإجابة سؤال سائل، أو التعرف على راغب في التعرف إليه، أو لحل مشكلة لصاحب ورطة أو أزمة... ونحو ذلك.

هذا ويمكن للخطيب الاستفادة من الكتب التي اعتنت بإرشاد الخطباء وتوجيههم، مثل:

& **«الشامل في فقه الالخطيب والخطبة» للدكتور سعود شريم -إمام وخطيب المسجد الحرام-.**

و & **«سلسلة وميض من الحرم» للشيخ سعود الشريم.**

و & **«فقه الدعوة إلى الله».**

و & «فقه النصح والإرشاد والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر» لعبد الرحمن حبنكة.

و & «الدراسة النظرية للخطابة» للدكتور عبد الرب بن نواب الدِّين.

و & «خطبة الجمعة في الكتاب والسنة» للشيخ عبد الرحمن الحمد.

و & «منهج في إعداد خطبة الجمعة» للشيخ صالح بن حميد.

و & «أسلوب خطبة الجمعة» للدكتور عبد الله الرحيلي.

و & «تذكرة الدعاة» للشيخ محمد البهي.

و & «فن نشر الدعوة مكاناً وزماناً» للدكتور محمد العرمابي.

بالإضافة إلى & «فن المحاضرة المؤثرة»، تأليف روبرت هاينمان، ترجمة مركز التعريب والترجمة، طبعة الدار العربية للعلوم.

والاستفادة من الكتاب الجامع الذي جمع للخطيب، بل ولمن أراد إعداد أي موضوع ما يلزم لذلك من الآيات والأحاديث وآثار السلف؛ ألا وهو كتاب «**نضرة النعيم**» الذي قام به عدد من العلماء الفضلاء في عدّة مجلدات، تحت إشراف إمام الحرم المكي فضيلة الشيخ صالح بن حميد.

وفي المكتبات كتب كثيرة فيها خطب جاهزة، لكن الأفضل للخطيب أن تنشأ في نفسه **فكرة الخطبة**؛ من خلال ما تقتضيه الحاجة في واقعة، وما تجيش به نفسه، ولا بأس من النظر إلى كتب الخطب هذه كعنصر مساعد.

كما يمكن للخطيب الاستفادة من تقنية الإنترنت من خلال مطالعته لبعض المواقع التي تُعنَى بخطبة الجمعة وفقهها؛ مع سلامة منهجها، مثل: «موقع المنبر للخطب: www.alminbaar.net».

ثالثاً: العبادات الخاصة ببعض المناسبات والنوازل، مثل:

r **صلاة العيدين**؛ فيصلي بهم في المصلى، ويوجههم إلى ذلك، فإن لم يمكن لعذر صلى بهم في المسجد، ويخطب خطبة جامعة؛ كما فعل ﷺ في حجة الوداع.

ويمهد قبل الصلاة بيوم أو أيام بتعليمهم صفة صلاة العيدين وآدابها، وما يباح في يومي

العيدين من صور اللهو أو الفرح...

R وإذا كان عيد الأضحى بيّن لهم من قبل بداية شهر ذي الحجة فضل تلك العشر، وما ينبغي فيها من العمل الصالح؛ خاصة يوم عرفة، وتأكيد استحباب صيامه، ويحثهم على الأضحية، ويبين لهم أحكامها، وأنها تذبح بعد صلاة العيد لا قبل ذلك.

R كما يبين لهم قبل عيد الفطر بأيام حكم زكاة الفطر، بل قد يبين لهم ذلك أول رمضان؛ لأن البعض يسارع بإخراجها أول الشهر اتباعاً لبعض الفقهاء، فكان من المناسب أن يبين لهم الأرجح، وأنها تخرج قبل صلاة العيد مباشرة، أو قبل ذلك بيوم أو يومين لا أكثر؛ كما كان المعهود عن الرسول ﷺ وأصحابه؛ ليتحقق إغناؤهم عن السؤال في يوم العيد.

R ويهنئهم بهذه الأعياد، وإن أمكن التزاور فيما بينه وبينهم كان أولى؛ لتتعمق روح الأخوة والارتباط بين أهل المسجد أو الحي وإمامهم.

r **ومن الصلوات الطارئة: صلاة الجنازة، وفيها يقدِّم أكثرَ الناس قرابة للميت؛** كابنه أو أبيه أو أخيه... فإن لم يتقدم أحد من أقربائه؛ صلى بهم، بعد أن يعلمهم أحكامها إن كانت الجنائز لا يصلى عليها في مسجده إلا قليلاً، وإذا ظن وجود من لا يعلم صفتها...

ومن باب أولى: ينبغي أن يكون الإمام عالماً بصلاة الجنازة وأحكامها، وعالماً بأمور الغُسل والكفن والدفن... بل حضوره غسل الميت، أو قيامه بذلك، وبتكفين الميت، أو المساعدة فيه من أشد ما يخفف عن أهل الميت، مع ما فيه من الأجر والثواب، وما فيه من مزيد ارتباط جمهور المسجد أو الحي بإمامهم.

R ولذلك؛ فيستحب -أيضاً-: أن يتبع الجنازة، أو يحضر الدفن، ويقدم العزاء لمن يلقاه من أهل الميت، وحبذا لو نبَّه على السُّنة في السير بالجنازة وقتها، وفي التعزية قبل الخروج من المسجد، ونهى عن البدع... أو يفعل ذلك إذا رأى ما يستدعي التنبيه مباشرة... وفي بعض الدروس العامة التي يلقيها في المسجد[1].

---

(١) ويمكنه الاستعانة في ذلك بكتاب "أحكام الجنائز " للشيخ الألباني، وكتاب "الإبداع في مضار الابتداع" للشيخ علي محفوظ.

والسُّنَّة صلاة الجنازة في المصلى، فإن لم يمكن صلى في المسجد.

R **ومما ينبغي للإمام إذا كسفت الشمس أو خسف القمر:** أن يخرج للمسجد ويصلي بالناس، ويعلمهم صفة تلك الصلاة، ويحثهم على الصدقة والتوبة، ونحو ذلك[1].

R **وكذلك يخرج بهم للمصلى لصلاة الاستسقاء؛** إذا امتنع المطر، فإن لم يمكن صلى بهم في المسجد بعدما يعلمهم صفتها، ويخطب فيهم، ويدعو بالسقيا، ويحثهم على التوبة والتضرع لله، ونحو ذلك.

R **كما ينبغي تنبيههم إلى الأيام التي يسن فيها الصيام؛** كيوم عاشوراء، وصوم يوم قبله أو بعده، والأول أولى؛ فيصوم المسلم تاسوعاء وعاشوراء، ويرغبهم الإمام بها في صيام ذلك اليوم من تكفير ذنوب سنة ماضية، كما أن صيام عرفة يكفر سَنة ماضية وسَنة مقبلة.

كما يحثهم على صيام ستة من شوال بعد مضي يوم عيد الفطر، وأن ذلك كصيام الدهر لمن دوام عليه.

R **كما ينهاهم عن صوم يومي العيدين، وأيام التشريق.**

R **ويحثهم على التكبير** ليلة عيد الفطر، وأيام عرفة، والأضحى، والتشريق.

R **ويرغبهم في صيام ثلاثة أيام من كل شهر، وصيام يومي الاثنين والخميس...**

R **ويحثهم على المحافظة على قيام الليل والوتر، والسُّنن الرواتب، وتحية المسجد...** إلى ما يشرع من العبادات الخاصة لبعض الأسباب أو الأوقات.

R **وفي المقابل: ينهاهم عن البدع في الأذكار والصلوات، وبدع الموالد والمواسم المختلفة**[2].

رابعاً: إحياء شهر رمضان:

إن لشهر رمضان مزية خاصة يتميز بها عن بقية الشهور؛ ففيه ترتفع الحالة الإيمانية في النفوس، وتجد غير الحريص على الطاعة في غيره حريصاً عليها في شهر رمضان، وذلك لما وضعه الله

---

(١) ويستعين بكتاب للشيخ الألباني "صلاة الخسوف والكسوف".

(٢) ويستعين -كما سبق- بكتاب "الإبداع مضار الابتداع".

في هذا الشهر من بركة وفضل، وما خصه من سَلْسَلة شياطين الجِّن، وإغلاق أبواب الجحيم، وفتح أبواب الجنة، فينبغي للإمام أن يهتم بهذا الشهر اهتماماً كبيراً؛ لكي يصل إلى أعلى حالة إيمانية لدى المصلين.

وذلك يكون ابتداءً بتذكير روّاد المسجد بمكانة رمضان، وأهميته في حياة المسلم، والحثِّ على اغتنامه، وذلك عن طريق:

١- **أن يتقدم شهر رمضان بعض الدروس التي تحث على اغتنام الأوقات الفضيلة**؛ لا سيما هذا الشهر الفضيل، وكيف كان حال النبي ﷺ في رمضان.

٢- **أن يحث المصلين على تقديم التوبة على عتبات الشهر**؛ حتى يوفقهم الله لاغتنام خيراته، وأن يحرصوا على الإنفاق والصدقة والإطعام.

٣- **أن يقوم بشرح مبسط لأحكام الصيام**، ويستحب أن يكون ذلك في النصف الأخير من شهر شعبان، وتكون مدة الدرس ربع ساعة يوميّاً في الوقت المناسب لرواد المسجد، كلٌّ بحسبه، ويركز في درسه على المسائل الحديثة والواقعية؛ خاصة في مسألة (مفطِّرات الصيام).

٤- **أن يُهيئ الأجواء الإيمانية بالمسجد**؛ والتي تساعد المصلين على الخشوع في صلواتهم، فيهتم بتحسين آلة الصوت، وتجهيز الإضاءة المناسبة، وغير ذلك.

٥- **عمل الإفطارات الجماعية بين الحين والآخر** خلال شهر رمضان؛ مما يزيد الألفة بين المصلين.

٦- **عمل مقرأة للقرآن الكريم** -عقب صلاة العصر مثلاً-، يجتمع فيها عدد من المصلين، ويحضرها الإمام ليصحح لكل قارئ قراءته.

٧- **استغلال صلاة الفجر** التي عادة ما يكثر عدد المصلين فيها في رمضان خاصة، وذلك بأن يلقي عليهم موعظة في الرقائق وإصلاح القلوب، والحثِّ على التوبة وعلى الطاعات، والتذكير بالجنة والنار وغيرها؛ مما يرفع من إيمانيات المصلين، على ألا يطيل فيها.

٨- **الحثُّ على قيام رمضان بأكمله**، وعلى الإمام أن يراعي حال مرتادي المسجد في طول أو قصر صلاة التراويح، ولا مانع من أن يكون هناك اجتماعان لصلاة القيام؛ الأول منهما يكون قصيراً بعض الشيء؛ فيقرأ -مثلاً- فيه نصف جزء من القرآن، والثاني يكون في وقت التهجد، ويقرأ فيه بجزء أو أكثر؛ حتى يتمكن الجميع من أداه هذه الشعيرة العظمية في هذا الشهر.

٩- لا مانع من تهيئة مُصلى للنساء لشهود مراسم الخيرات مع المسلمين، وتوجيه بعض الكلمات والمحاضرات إليهنَّ أثناء صلاة القيام؛ ليشملهنّ الوعظ والتذكير -أيضاً-.

١٠- تهيئة المسجد لاستقبال المعتكفين، وتحديد العدد المسموح به للاعتكاف بالمسجد، بما يتناسب مع مساحة ومرافق المسجد؛ بحيث لا يزيد عدد المعتكفين إلى الحد الذي يصعب معه التحكم في سلوكيات المعتكفين، ويتقدم ذلك بالحث على اغتنام العشر الأواخر وفضلها؛ لما احتوته من ليلة القدر، وفضل ومكانة اغتنام هذه الليلة؛ ما يتنزل فيها من الرحمة والمغفرة، وتذكير المصلين ببعض أحكام الاعتكاف، والسلوكيات التي ينبغي أن يتحلى بها المعتكف.

١١- الحث على إخراج زكاة الفطر، وبيان حكمها، وكيفية ووقت إخراجها.

١٢- حث المصلين على عدم نقض ما أخذوه على أنفسهم من العهد والتوبة، وبيان مغبة العودة إلى الذنوب والمعاصي، وأن من علامات قَبُول الطاعة الطاعة بعدها.

خامساً: الوعظ والتذكير، والدروس العامة التربوية، وغيرها:

وهذا الجانب فيه الطارئ الذي يقتضي التنبيه عليه أو الوعظ بشأنه، وفيه الراتب الذي يعمد إليه الإمام لإيصاله للناس دون توقف على تقصير يطرأ، أو حدث يقع من أحد.

مع ضرورة الانتباه إلى عدم الإثقال على المصلين يوميّاً أو الإطالة، بل يجعل ذلك مرة في الأسبوع أو مرتين؛ بحسب الحاجة دون إملال.

وقد ورد في "صحيح البخاري": كان عبد الله -أي: ابن مسعود- يُذَكِّر الناس كل خميس، فقيل له: ما يمنعك أن تذكرنا كل يوم؟ فقال: "كان رسول الله ﷺ يتخولنا بالموعظة؛ مخافة السآمة علينا".

ومما يتعلق بالتذكير: مجلات الحائط، أو جمل مختصرة تُعلَّق أو تُلصَق على الحائط؛ للإرشاد أو النصيحة في أمر من الأمور.

سادساً: تفقد أحوال المصلين والمحيطين بالمسجد[1]:

فمن دور إمام المسجد: أن يتعرف على المصلين، وأن يسأل عن غائبهم، ويتعرف من أحوالهم ما يمكنه من إدارة المسجد إدارة بدون مشاكل.

---

(١) "رسالة إلى إمام المسجد"، د. هشام القعدة، (ص٤٧٣).

ومن جهة أخرى ليبذل ما يستطيع من المعروف نحوهم؛ كتهنئة في نعمة، أو مواساة في مصيبة، أو مساعدة لفقير... وهذا حتى يحقق أثراً كبيراً ينبغي أن يجعل بالمسجد لجنة للزكاة تأخذ من الأغنياء فترد على الفقراء والمحتاجين، وغيرهم ممن يستحقون الزكاة، بعد بحث اللجنة لأحوالهم، وهذا البحث حتى يكون دقيقاً وعادلاً لا بُدَّ مما ذكرنا من التقرب للناس ومعرفة أحوالهم عن كثب، وهذا يقوم به إمام المسجد ومن يعاونه في ذلك؛ ممن يرى فيهم الإخلاص والصدق والأمانة.

إن المسجد بذلك ينشئ حالة من الترابط الاجتماعي والتكافل على مستوى الحي مع ربط المسلمين بالمسجد؛ فيجدون راحتهم الإيمانية واستقامتهم الأخلاقية، مع حلول لمشكلاتهم الاجتماعية.

ومن المهم أن يعلم إمام المسجد أنه لا يقف دوره في تفقد أحوال الناس عند حدِّ التهنئة في السراء، والتعزية والمواساة في الضراء، بل من مهامه -أيضاً- إعانتهم في التفكير في إيجاد حلول لمشاكلهم الخاصة ومتاعبهم النفسية... فقد يكون بعض الآباء في مشكلة بسبب عدم قدرته، أو عدم علمه بكيفية معاملة ابنه خاصة في سن المراهقة، وقد يكون بعض الطلاب الشباب في مشكلة في دراسته بسبب عدم قدرته على تنظيم وقته أو كيفية الدراسة والمذاكرة المجدية، ولهذا فعلى إمام المسجد أن يكون عطوفاً واسع الصدر مثقفاً، ومطلعاً -كذلك- على العلوم التربوية والدراسات النفسية والاجتماعية، وأن يكون موضع سر الجميع؛ حتى يثق به المُصلّون وبأمانته في المحافظة على خصوصياتهم، مما يشجعهم على عرض مشاكلهم عليه، واستشارته في أخص أمورهم.

ومما يتعرض له الإمام كثيراً: احتياج الناس إليه لفض المنازعات أو الخصومات بينهم، وهذه مسألة هامة ينبغي لإمام المسجد أن يكتسب خبرة فيها من الذين اشتهروا في بلده بالقدرة على فض المنازعات، متقيداً بما لا يخالف شرع الله.

كما ينبغي للإمام أن يعظ المتخاصمين في بداية المجلس، ويذكرهم بالله، وأن الآخرة خير وأبقى، وعِظم شأن الأخوة بين المؤمنين، وأن المال الحرام ممحوق البركة في الدنيا، جالب العذاب في الآخرة، وأن التورع عن الشبهات هو شأن المتقين، والتمسك بحقٍّ ما لمجرد الشبهة؛ هو شأن ضعاف الإيمان، وأهل الجشع والطمع.

سابعاً: الإشراف على مرافق المسجد: فينبغي أن يكون إمام المسجد مهتماً بمرافق المسجد؛ فيتفقد مكان الوضوء وأماكن قضاء الحاجة، فيجب أن تكون هذه الأماكن نظيفة دائماً،

وليس بها أي عيب، وإلا عمل على إصلاحه في الحال، وعليه أن ينظر إلى ذلك بنفسه، ويراقب عامل النظافة أو خادم المسجد في ذلك...

ومن باب أولى: ينبغي الانتباه إلى نظافة المسجد وفرشه، وإلى كل ما ينبغي تفقده من أجل راحة المصلين، وعدم تأذيهم.

ومن ذلك -أيضاً-: إصلاح الصوتيات وتحسينها، وتوفير أماكن للمصلين عند الزحام مفروشة ومظللة، إضافة إلى توفير ما يناسب الصيف والشتاء من التهوية والتبريد أو التدفئة، وأقل التدفئة إغلاق النوافذ جيداً؛ وهذا يلزم منه ألا يترك زجاجاً مكسوراً، أو نافذة يصعب إغلاقها، وهذا له أهميته في توفير الدفء في الشتاء، ومنع الأتربة في أي وقت، وعدم إغراء اللصوص بالسرقة، وقد كان عمر رضي الله عنه يأمر في بناء المساجد بما يُكِنّ الناس في الشتاء من البرد، ونحو ذلك...

ومن توفير راحة المصلين: ضرورة توفير مصادر لمياه الشرب قريبة منهم، ومراعاة تبريدها في الصيف، كذلك ينبغي أن يوجد بالمسجد ما يحتاجه كبار السن الذين يصعب عليهم السجود أو ثني الرُّكب؛ فتوضع بعض المقاعد لهذا الغرض، كذلك قد يشق على بعض الناس في الدروس تحمل الجلوس بدون اتكاء، فتفيد المقاعد لهذا الغرض، أو يكون بصفوف المسجد جدر قصيرة خلف كل صف -كما في المساجد في بعض الدول- يُسند الجالسُ ظهره إليها، كذلك من مرافق المسجد: مصادر الإضاءة في أماكن الصلاة، وأماكن الوضوء، وقضاء الحاجة؛ فينبغي تفقد ذلك.

وأخيراً؛ ينبغي أن توجد بالمسجد مكتبة لعامة المصلين؛ للاطلاع والاستعارة، وكذلك مكتبة صوتية.

ثامناً: تخصيص برنامج لتعليم وتربية النشء والصغار:اعتاد كثير من الآباء والأمهات -خاصة في فترة الإجازة الصيفية- أن يسألوا في المساجد عن حلقات لتحفيظ القرآن لأولادهم، ومن المعلوم أن أقوى الحفظ ما كان في الصغر، ولذلك كان من البرامج المهمة للصبيان تعليمهم القرآن حفظاً وتلاوة ومجوَّداً... وفي حال ضيق وقت الإمام عن ذلك؛ يوكل هذا الأمر لأحد المتقنين الثقات من الذين يستطيعون التعامل مع صغار السن.

كما يمكن تعليمهم بعض الأمور الأساسية السهلة؛ كأركان الإسلام، وأركان الإيمان، وكيفية الوضوء، والصلاة، ونحو ذلك من الأحكام.

وينبغي -أيضاً-: تعليمهم الأخلاق والآداب الهامة، وحثهم على الالتزام بها؛ سواء مع

آبائهم وأمهاتهم، وفي أسرهم على وجه العموم، أو مع من يعلمهم، أو فيما بينهم.

يضاف إلى ذلك: الأدب مع الكبير عموماً، وآداب السلام، وآداب الطريق، وآداب المسجد، وآداب دخول الخلاء لقضاء الحاجة، والتطهر من النجاسات والأحداث.

كما ينبغي ربطهم بسيرة الرسول ﷺ والصحابة، وأبطال المسلمين في التاريخ.

وعلى الإمام -حتى يزيد اهتمامهم بذلك- أن يكافئ المحسن منهم؛ ولو بشيء رمزي، وأن يعقد لهم المسابقات، ويعطي جوائز للفائزين...

كما أن من المهم قضاء وقت طويل معهم؛ لمعايشتهم، وضبط سلوكهم؛ كالخروج في رحلة معهم أو مجموعة منهم؛ كالفائزين في مسابقة -مثلاً-، أو يوكل أحد الثقات بذلك، وعلى أية؛ حال فكلما صحبهم من كان أكثر احتكاكاً في تعليمهم في المسجد وتوجيههم؛ كان ذلك أنفع وأوفق.

وحتى يكون للإمام توفيقاً في تربية براعم المسلمين وصبيانهم؛ فعليه أن يطلع على الكتب التي صُنفَت في تربية الأطفال، ابتداء من الطفولة المبكرة منذ أن يبدأ الطفل في الكلام والفهم، وحتى سن المراهقة[1]، ويستفيد من البرامج التعليمية والمواد الشرعية التي كتبها البعض للمراحل العمرية المختلفة[2]، كما يستفيد من الخبرة العملية للعاملين في هذا المجال ويطلع على ما عندهم من دراسات مكتوبة.

تاسعاً: القيام بالتعليم الشرعي المنهجي للنابغين: قد يكون بالمسجد فئة من الشباب الذين انتهوا من دراساتهم الثانوية والجامعة، أو ممن لا يزالون في دراستهم؛ لكن لهم نبوغ وتشوق في علوم الشريعة، ولا يتسنى لهم الالتحاق بالكليات الشرعية، ويحبون منهجاً مناسباً لهم يرضي طموحاتهم في العلم بأحكام الدِّين عقائده وشرائعه وآدابه.

---

(١) كـ "مسؤولية الأب المسلم" لعدنان باحارث، و"تربية الأولاد" لعبد الله ناصح علوان، و"تربية الطفل" السويدان، و"دراسة نفسية للمراهقين" للدكتور عبد العزيز النغيمشي، و"تحفة المودود لأحكام المولود" لابن القيّم.

(٢) مثل: "براعم الإسلام في العلوم الشرعية" لأبي عبد الرحمن جمال بن إبراهيم القرشي - دار ابن الجوزي، و"موسوعة التربية العملية" للطفل لهداية الله أحمد الشاش - دار السلام، وكذلك "دراسة نفسية للمراهقين" للنغيمشي.

والأصل أن إمام المسجد رجل صاحب شهادة عالية في أصول الدِّين أو الشريعة أو الدراسات الإسلامية إلى غير ذلك، من المفترض أن يحافظ على ما عنده من العلم ويجدده، وهذا ظن الناس به من جهة، وما ينبغي له من جهة أخرى؛ حتى يملأ مكانه، ويسد حاجات المسلمين المختلفة، والبرامج التعليمية المقصودة هنا لا شك أنها أرقى بكثير مما يدرسه للأطفال.

فالمراد: أن يستفيد الإمام مما درسه من علوم الدِّين في كليته، ويعيد صياغته للدارسين في أسلوب أكثر تيسيراً وبمواعيد مناسبة لهم؛ إذ إنهم مشغولون بأمور أخرى من أعمال أو دراسات[١].

(١) يمكن الرجوع للمصدر "رسالة إلى إمام المسجد" (ص١١) للاطلاع على خطب مقترحة، وبرنامج دروس منهجية للطلاب.

G **مهمَّة الخطيب**[1] G

m **إن مهمَّة الخطيب مهمَّة جليلة عظيمة**... **فهو يقوم بتذكير الناس كل أسبوع في خير يوم طلعت فيه الشمس، وهو يوم الجمعة..** العيد الأسبوعي للمسلمين، ويستعدّ الناس لهذا اليوم بالاغتسال واختيار أجمل الثياب، والتبكير، ومحاولة الاقتراب من الخطيب والإنصات..

والناس مُلزَمون بالتفرُّغ للحضور والاستماع ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِي لِلصَّلَاةِ مِن يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ . فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾[الجمعة: ٩-١٠].

D **ولذلك يجب على الخطيب أن يُقَدِّر مهمّته، ويستشعر عِظَم مسؤوليّته، ويتهيّأ للجمعة تهيُّؤاً إضافيّاً آخر غير التهيُّؤ الذي يحصل من سائر الناس..** فالناس يأتون طاعةً لله وعبادةً له من أجل أن يستمعوا إلى الخطيب ويُصَلُّوا خلْفه. ولا يوجد مثل ذلك عند غير المسلمين.

D **وعلى الخطيب أنْ يراعي مجيء الناس واستعدادهم وتفرُّغهم له،** فيستعدّ بمظْهَره ومخْبَره وخُطْبته لهذا الموقف كلَّ جمعة، بما يتناسب مع تنوُّع الناس في علومهم وأفهامهم ومستوياتهم.

وعليه بالإخلاص والتحضير الجيّد احتراماً لعقول الناس، والحرص على الكلام المبسّط المركَّز القصير.. فإن الناس يملُّون وفيهم المريض والعاجز، والإيجاز علامة الفقه، ولا ينبغي أن يشعر الحاضرون وكأنهم في حبْس الخطيب، بل ينبغي أن يخرجوا وهم منشرحون من خطبته متفهِّمون لطرحه مستفيدون من كلامه...

ولا شك أن هذا يلقي عِبْئاً كبيراً على الخطيب في كل أسبوع، ولكن الأجر على قدْر المشقة.. ومع الاستمرار والمثابرة سيعتاد الخطيب ذلك ويسهُل عليه، و قد سئل عبد الملك بن مروان عن إسراع الشيب فيه.. فكان ردّه: "كيف لا يُسرِع إليّ الشيب وأنا أعرض عقلي على الناس كلَّ أسبوع!".

---

(١) "رسالة إلى الخطيب"، محمد المراني، بحث على شبكة الإنترنت.

ويكفي الخطيب أنه يمارس أفضل القول ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾[فصلت: ٣٣]، **وأنه يُقَدّم الهداية للعديد من الناس:** «**لأَنْ يهدِيَ الله بك رجلاً واحداً خيرٌ لك من حمُرِ النَّعَم**». متفق عليه.

ولا بأس أنْ يستخير الله في موضوع الخطبة، فهي أمرٌ ذو بال يستحق الاستخارة؛ حتى يختار الله له الأصوب والأنفع والأنسب، وقد كان a يُعلّم أصحابه الاستخارة في الأمور كلها؛ كما في حديث جابر عند البخاري.

وكذلك يستشير أهل المشورة في موضوع الخطبة؛ إن اقتضى الظرْف ذلك، ويدعو الله أن ينفع بخطبته.

G أنواع الخطباء[1] G

من العاملين في حقل الدعوة الإسلامية من اتخذ الدعوة وظيفة ووسيلة من وسائل العيش، ومنهم من اتخذها رسالة ومهمة عظيمة.

والنوع الأول -وهم موظفي الدعوة-: فهم أصحاب النصيب الأكثر من أسباب ضعف الدعوة الإسلامية في الوقت الحاضر.

فهم لا يقدرون هذه المهمة العظمية قدرها، ولا يعرفون قدر أنفسهم كدعاة إلى الله -تعالى-، والواحد منهم لا يبالي عَرَفَ الناس أم لم يعرفوا، كما لا يبالي علم هو أم لم يعلم -ولا حول ولا قوة إلا بالله!-.

المهم عنده أن يحظى باهتمام المدراء، وأن يحصل في نهاية كل شهر على راتبه وحوافزه.

والمؤلم أن من القائمين على شؤون الدعوة من لا يهمه غير هذه، لا يهمه سوى الالتزام بالحضور والانصراف والزي ودفاتر التحضير، فالحكم بينه وبين الداعية الدفاتر، فهم يركزون على المسألة كوظيفة لا كرسالة، وهم أحد الأسباب الرئيسة في ضعف مستوى الدعوة المعاصرة، لأن الأساس لديهم الشكليات ثم يأتي بعدها دور الإمام في نصح الأمة؛ وهنا مكمن الخطورة.

النوع الثاني -هم أصحاب الرسالة-: وشغل هؤلاء الشاغل -بادئ ذي بدء- ابتغاء مرضات الله -تعالى-.

وذلك بإبلاغ الرسالة التي شرّفهم الله -تعالى- بحملها على الوجه الذي يرضيه سبحانه، مخلصين لله ﷻ، طالبين ثوابه، راجين رحمته، طامعين في جنته، خائفين من ناره.

وقد يغيب عن الكثير من الدعاة إلى الله -تعالى- المنهج الذي يسيرون عليه في خطبهم، فقد يطول العمر الدعوي للواحد منهم؛ ومع ذلك يسير في دعوته حسب الذوق الخاص، وهذا بدوره قد يعلو، وقد ينخفض عند بعض الأشخاص، ومعه تتأرجح حالة الدعوة قوة وضعفاً.

ولو أمكن وضع منهج محدد يسير عليه الجميع؛ لتمكنا من الحد من هذه الحالة،

---

(١) "منهاج الخطيب"، حسن هدية، (ص١١).

وخاصة إذا كان هذا المنهج يسير وفق قواعد علمية ومؤسس على خطة وأهداف محددة سلفاً، ويبدو غياب هذا المنهج حين يبدأ خطيب دعوته إلى الله بالتحذير من الزنا -مثلاً- مع أن الزنا أمرٌ غير شائع في محيط دعوته، ثم تكون الخطبة التالية مباشرة عن موضوع من موضوعات التوحيد، فعلى أي أساس بدأ بالتحذير من الزنا، ثم في الأسبوع الذي يليه تكلم عن التوحيد؟!

في الواقع أنه لا مبرر له غير أنه وجد هذا الموضوع مكتوباً وجاهزاً؛ فسهل عليه تناوله! إذن هو يسير في دعوته الأسبوعية على أساس ما تيسر له من الخطب، فهو لا يدري فيم يتكلم! حتى مساء الخميس؛ هل سيتكلم في العقيدة، أم في السيرة، أم في التفسير، أم في أحد أحاديث رسول الله ﷺ، أم في مشكلة عامة من مشاكل المسلمين؟!

G **والبعض الآخر تراه يسألك:** ماذا كان موضوع خطبتك في الأسبوع الماضي؟ حتى يقلدك في أسبوعه الآت!

G **ومنهم من لم يتعد عمره في الدعوة العام الواحد،** ثم يقف ليقول لك: لقد انتهت الموضوعات من رأسي، ولا أدري فيم سأتكلم!

G **ومنهم من إذا وقع في هذا المأزق** لجأ إلى تكرار ما قاله من خطب بالأمس القريب، مما يصيب الناس بالسأم، كما أنه يفوت عليه واجب معرفة دين الله ﷻ، كما يضيع فرص التأثير فيهم بالترغيب والترهيب.

G **والبعض الآخر يقتصر على جانب واحد لا يتعداه إلى غيره،** فتراه -مثلاً- يتكلم في التفسير ولا يتعداه، فهو يتناول آيات القرآن بالشرح والبيان.

وهذا أمر لا ننكره؛ ولكن ما ننكره إهماله لباقي جوانب الإسلام، وإهماله للواقع المعاصر.

G **والبعض لا يتكلم إلا عن الشخصيات الإسلامية،** فاليوم عن أبي بكر، وغداً عن عمر، وبعد غد عن عثمان رضي الله عنهم.

G **والبعض يتكلم فقط في قصص الأنبياء.**

G **وبعضهم ينتظر المناسبات بفارغ الصبر** ليجد الموضوع الذي يتحدث فيه، فالمناسبة قد تحتمل خطبة فيحملها خطب، وأحياناً يضيق الأمر فيلجأ إلى تبديل منبره مع زميل له، وذلك فراراً

من البحث عن موضوع جديد، فهو في هذا الحالة يكرر الموضوع الذي تحدث عنه في مسجده الأسبوع الماضي.

وكل ما سبق من الصور نماذج لعدم التخطيط، ولغياب المنهج الذي ينظم الخطيب دعوته على أساسه، وهذا التخبط وهذه العشوائية لا يمكن أن تحقق الهدف، ولا يمكن معها إيصال الرسالة التي يحمل الخطباء أمانتها إلى الناس؛ على الوجه الذي يرضي الله ﷻ، ويحقق للناس المعرفة المرجوة بدين الله، ويحقق لهم الإرشاد الكامل من خلال معرفتهم بمختلف أركان الإسلام وفروعه.

إخواني الخطباء..

لا معذرة لنا إن قصرنا في الدعوة إلى الله -تعالى-، إذ كيف يدعو القرآن الكريم إلى التخطيط، وتدعو سُنة النبي ﷺ للعمل به؛ ومع ذلك يسير الخطباء في دعوتهم إلى الله -تعالى- على غير منهج.. ولا خطة.. ولا تحديد لأهداف، ومن الله -تعالى- نستمد العون.

G مكانة وتأثير خطبة الجمعة[1] G

المسلمون على اختلاف طبقاتهم، ومستوياتهم التعليمية يحضرون هذه الصلاة ويشهدونها؛ فيحضرها المثقف، والجاهل، وطالب العلم، والمتعلم، ويحضرها الكبير والصغير.

ومن جانب آخر؛ فحضورها ليس مقصوراً على الأخيار وحدهم، فكثير ممن لا يشهد صلاة الجماعة يحضر الجمعة، وهذا يتيح للخطيب أن يخاطب الجميع، وأن يتحدث للكثير ممن لا يحضرون المحاضرات والندوات، ودروس المساجد.

إنها باختصار هي المجال الوحيد المتاح للدعاة والذي من خلاله يتحدثون مع الجميع، وهي تتكرر كل أسبوع، ففي العام الواحد يستمع المصلي لـ (٥٢) خطبة، وحين يعتني بها الخطيب ويرتب موضوعاتها يقدم للمستمع مادة متكاملة، إنها تمثل دورة مكثفة مستمرة، وحضورها يزيد ولا ينقص، فالمصلون لا يخرج منهم أحد قبل انتهاء الخطبة، إنما يتوافدون، بخلاف المحاضرة والدرس؛ فقد يخرج بعضهم قبل اكتمال الموضوع.

وهي ثابتة في كافة الأحوال؛ فهي مستمرة في السلم والحرب، وفي القحط والجدب، وفي سائر الظروف، ولها تأثير كبير على الناس، ففي بحث عن أثر خطبة الجمعة أجري في مصر، أفاد (٧٨%) أنهم يتأثرون تأثراً دائماً بما يقوله الخطيب، وذكر (٧١ %) أنهم يلتزمون دائماً بما يقوله الخطيب.

واتفق مع أحد خطباء المساجد على أن يخطب عن الربا، فأجرى استفتاء قبل الخطبة وبعدها، كانت النتيجة:

أ- (٨٥%) كانوا يعرفون المفهوم الصحيح للربا، وبعد الخطبة ارتفعت النسبة إلى (٩٧%).

ب- (٣٣%) كانوا يعرفون عقوبة المرابي، وبعد الخطبة ارتفعت النسبة إلى (٥٩%).

جـ- (٧١%) كانوا يعلمون أن البنوك المصرية تتعامل بالربا، وبعدها ارتفعت

---

(١) "حتى تستفيد من خطبة الجمعة"، د. محمد الدويش، بحث على شبكة الإنترنت.

النسبة إلى (٩٤%).

د- (٥٠%) كان يفضل الاستثمار في البنوك الإسلامية، وبعد الخطبة ارتفعت النسبة إلى (٦٤%).

هـ- نتيجة الخطبة: (٣٤%) سينصحون الآخرين بترك الربا، (٣١%) سيقاومون أي عمل ربوي.

إن هذه الدراسة وغيرها تعطي دلالة صادقة أن خطبة الجمعة لها تأثيرها على المصلين، وذلك حين يجدون الخطيب المؤثر.

وهذا يطرح سؤال: هل سألت نفسك هذا السؤال: ماذا حققت من خلال الخطابة خلال مدة اعتلائك المنبر؟ هل صححت أخطاء تربوية؟ هل قمت بحل مشاكل اجتماعية؟ هل ساهمت في تعليم الناس أصول العقيدة والأحكام؛ التي يحتاجونها في حياتهم؟

إن هذا السؤال لا يعني فشلك، أو اتهامك بالتقصير؛ لكنه سؤال يجب أن تطرحه على نفسك باستمرار مدى قيامك بهذه الأمانة، ورعايتها.

٧ ظاهرة تحتاج دراسة[(١)]:

ومن الظواهر الجلية في الدعوة الإسلامية في هذا العصر: أن الخطباء الذين يملكون الحنجرة القوية والكلمات الطنانة الفضفاضة؛ استطاعوا صياغة شخصيات كثير من أصحاب النوايا الطيبة في العمل للإسلام، وكثير من الشباب المتحمس للدعوة؛ فأصبحت جموع كثيرة لا تحب التفكير الهادئ المتزن، ولا تحب التعمق في فهم المشاكل والصعوبات، ويكفيها أن تعيش على أحلام الخطب الحماسية التي تشبع رغبتها....

---

(١) مقال "من لهذه المنابر؟"، محمد العبدة، "مجلة البيان".

G الخطباء .. وتوجيه الرأي العام[1] G

يعرف الرأي العام باعتباره: الرأي الناتج عن تفاعل آراء مجموعة من البشر بخصوص مسألة معينة يفترض تأثيرها على مختلف جوانب حياتهم.

وأهم أنواع الرأي العام وفقاً للإستمرارية والثبات هو:

الرأي العام الكلي: الذي يستند إلى تقاليد التراث، وإلى الدِّين والعادات والتقاليد، وغالباً ما يشترك فيه أغلب أفراد المجتمع، ويتميز بالثبات والإستمرارية، ويصفه بعض الخبراء بأنه الرأي العام السائد أو (الاتجاه العام)؛ والذي نميل إلى وصفه باعتباره (الاتجاه الجماهيري)؛ لأنه ليس فرديّاً من جهة، ولأنه يتشكل من جوانب ثلاث: فكري أو معرفي، ووجداني أو عاطفي، وسلوكي أو إجرائي.

يقسّم الخبراء الرأي العام حسب شرائحه الاجتماعية إلى ثلاثة أنواع:

أ- الرأي العام القائد: وتُمثله فئة قليلة ذات إطلاع كبير على مجريات الأمور، وقدرة واسعة على التحليل والتفسير، ومقدرة على البيان والتعبير؛ فتقوم بتمرير الآراء بأسلوب إقناعي للآخرين، وهذه الفئة هي القيادة الفكرية للمجتمع.

ويتكون من:

- D الكُتاب، والأدباء، والمثقفون، والمفكرون، والعلماء، والباحثون، والدارسون.
- D والإعلاميون، والتربويون.
- D وعلماء الشرع، والأئمة، والخطباء، والوعاظ.
- D ورؤساء المؤسسات الرسمية وغير الرسمية.

ب- الرأي العام المستنير: وهو الحلقة الواصلة ما بين الرأي العام القائد والمنقاد أو التابع، وهي الفئة ذات الإطلاع والقدرة على التحليل؛ ولكنها القادرة على استخدام وسائل الاتصال لتمرير ما تفرزه القيادة الفكرية إلى الجماهير، وهي التي تساهم بشكل فاعل في تشكيل

(١) "الإقناع"، مصطفى الدباغ، (ص١٢).

الرأي العام التابع.

ويتكون من:

- **المؤسسات الرسمية: الوزارت، والدوائر، والمكاتب، والمراكز.**
- **التربية والتعليم (مدارس، كليات، جامعات)، المؤسسات غير الرسمية.**
- **المؤسسة البيتية (البيت)، الحي، والرفاق.**
- **المدرسة، والمعهد، والجامعة، المسجد.**
- **النادي، الرابطة.**
- **النقابة، الجمعية، الحزب.**

جـ - الرأي العام المنقاد أو التابع: وهو يشكل الأغلبية الساحقة في المجتمع؛ والتي تنساق وراء الرأي القائد والمستنير؛ عبر ما يصلها من خلال وسائل الاتصال المختلفة.

فهي الشريحة العريضة التي لا تستطيع الوصول إلى مصادر المعلومات، وليس لديها القدرة على التحليل والتفسير وبلورة آراء خاصة، وإنما تقوم بسبب من ظروف كثيرة بتبني ما يصلها من آراء جاهزة.

٧ توجيه الرأي العام:

إن الأهمية القصوى لهذا الموضوع الحساس هو: تأثيره على سلوك الأفراد، وسلوك الجماعة؛ بهدف بلورة شخصية اجتماعية ذات ملامح وخصائص محددة، وهي شخصية إيجابية تسعى لسعادة ذاتها وسعادة المجتمع عموماً؛ ليتمكن من تحقيق رسالته في الحياة على المستوى المحلي والإنساني؛ ماديّاً ومعنويّاً على حد سواء.

وهذا التوجيه للرأي العام يأخذ ثلاثة أبعاد هي: الفكر، فالوجدان، فالسلوك.

حيث نبني على المستوى الأول -من خلال عملية الإقناع-: تراكم المعلومات والمعارف والأفكار.

ونبني على المستوى الثاني -من خلال عملية الاعتزاز والحب-: تراكم المشاعر والعواطف الإيجابية أو السلبية -حسب الموضوع المطروح-.

ونبني على المستوى الثالث -من خلال عملية التمثل والتبني-: تراكم الأنماط السلوكية

والمواقف النموذجية؛ بحيث نعيد تشكيل العقل -عقل الأمة-، ثم قلبها أو وجدانها، ومن ثم كامل جسد الأمة الذي تحرك وفقاً لقناعات العقل ومشاعر القلب.

هذه العملية التي يقوم بها موجهو الرأي العام في المؤسسات الرسمية وغير الرسمية، وهم القادة والتربويون والإعلاميون، ثم المفكرون والمثقفون والأدباء، ثم العلماء والباحثون والدارسون، وأخيراً الأئمة والخطباء وعلماء الشرع والوعاظ.

١ - الفكر	المعلومات والمعارف	الاقتناع والتقبل	العقل
٢ - الوجدان	المشاعر والعواطف	الاعتزاز والتحبب	القلب
٣- السلوك	الأنماط والمواقف	التبني والتمثل	الجسد

الشكل يوضح آلية عمل تشكيل الرأي العام، وبناء الاتجاهات

فالعاملون من موجهي الرأي العام -المذكورون آنفاً- عندما يسترشدون بمثل هذا الدليل؛ فإن آليات العمل تكون واضحة وذات أثر عند تحديد الهدف، أو مجموعة الأهداف المطلوبة، وعند تحديد الصفات والخصائص الشخصية لذلك الجمهور المستهدف؛ حيث يتم العمل على هذه المستويات الثلاث الفكرية؛ فالوجدانية، فالسلوكية؛ لبلوغ النتائج في الجوانب الثلاث:

العقل.. فالقلب.. فالجسد.

فتتبلور (شخصية المجتمع) على النحو المطلوب: قوية راسخة، معتزة بذاتها، وشامخة بكبريائها؛ النابعة من عمق قيمها ومبادئها وعقيدتها.

G رؤية الخطيب لدوره G

[الرسالة والرؤية وتحقيق الأهداف[١]:

في قصة "أليس في بلد العجائب":

سألت أليس: أين الطريق؟

فأُجيبت بسؤال: إلى أين تريدين؟

فقالت: لا أدري!

فقيل: إذاً اسلكي أي طريق!!

وهذا حال الأشخاص الذي لا يعرفون ما هدفهم، وما هي رسالتهم، وما هي رؤيتهم!

ونقصد هنا: ما يتعلق بالأهداف الخاصة بنواحي الحياة، وإلا فهدفنا النهائي بصفتنا مسلمين هو عبادة الله ﷻ: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالإِنسَ إِلاَّ لِيَعْبُدُونِ﴾[الذاريات: ٥٦]، وقوله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّ صَلاَتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾[الأنعام: ١٦٢].

فنجد أن بعض الأشخاص ينفق الكثير من الوقت للتخطيط عند شراء منزل أو سيارة أو اختيار شريك الحياة.. وهذا مهم بلا شك، لكن المحزن في الأمر هو أن معظمنا لم يخطط لحياته، ولم يفكر في أهدافه، ولم يحدّد رسالته ورؤيته.

فكلنا-بلا شك- يريد النجاح! ولكن ينبغي أن نسأل أنفسنا: في أي تخصص؟ وعلى أي مستوى نريد النجاح؟ ولا شك أن الإنسان يحتاج إلى وجود ما يشبه اللوحات الإرشادية التي تقوده نحو الاتجاه الصحيح.

وإذا كانت الشركات العالمية الناجحة تضع لها رسالة ورؤية يتم صياغتها بشكل محفز؛ بحيث يسير على هديها جميع العاملين فيهأ -وهذا من أسرار نجاح تلك الشركات، وتحقيقها للكثير من طموحاتهأ-؛ فمن باب أولى أن يقوم الأفراد بذلك، فبمجرد اتضاح الرؤية والرسالة والهدف؛ فإن ذلك كفيل بتوفير أفضل الفرص لترجمتها إلى سلوك وإنجازات.

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٣٤).

لو تأملت الجوانب المختلفة لحياتك؛ فقد تجد أنك حققت نجاحاً باهراً في بعض الجوانب، وإخفاقات في جوانب أخرى؛ وهي التي لا تعرف فيها ما تريد تحقيقه، أو أنك تعرف ما تريد تحقيقه، ولكن لا تعرف كيف تحققه.

لتحقيق النجاح بشكل عام فأنت في حاجة إلى تحديد غايتك ومقصدك في الحياة، وصياغته في جمل مركزة مختصرة، وهو ما يُسمّى بالرسالة، وأن تكوِّن صوراً ذهنية لتحقيقك تلك الغايات والمقاصد؛ لتكون بمثابة رؤية لك، وعليه؛ فإن الرسالة والرؤية توضحان ما ترغب في أن تكون عليه شخصيتك، وما تؤديه من إسهامات وإنجازات.

إن تحديد الرسالة والرؤية يحفزك ويدفعك باتجاه تحقيق أهدافك، وتكون كالبوصلة التي تعينك على تحديد مسارك واتجاهك، وتمدك بمبرر وسبب تعيش له وتقاتل، وقد تموت من أجله ويكون لحياتك معناً، وتحرك الطاقات الكامنة لتحقيق التغيير.

إن مجرد تحديد الهدف بشكل إيجابي ودقيق؛ يجعل العقل يبدأ بالتركيز عليه، ويجمع قواه، وينسق الجهود؛ فتتضاعف الإمكانات، وتتوجه الطاقة نحو تحقيق الأهداف.

لا شك أن كل فرد يرغب في تحقيق النجاح، ولكن هذه الرغبة والإرادة غير كافية؛ لأنها لا تعدو كونها رغبة عامة مبهمة، ولذا يجب أن تحدد المجال الذي تريد النجاح فيه، ومستوى ذلك النجاح، فأنت في حاجة ماسة إلى التخطيط لوضع أهدافك في خطة عمل محددة بتواريخ التنفيذ.

ومن الأهمية أن ترسم صورة واضحة للمستقبل؛ تجسد فيها هدفك، وتحدد الخطوات التي توصلك إليه، وتكون مثل الدستور الشخصي لك؛ لا يعدَّل إلا في أضيق الحدود، كما أن الرسالة والرؤية تقتضيان تصوراً وتخيلاً لما ستكون عليه حياتك بالكامل؛ بحيث تكون بمثابة إطار مرجعي وقاعدة تضبط كل أمورك وفقاً لها.

يقول ستيفن كوفي في كتاب "العادات السبع للناس الأكثر فعالية": "تصور نفسك في ندوة عن سيرة صديق أو شخصية مؤثرة لديك، ثم تخيل أن هذه الندوة ستكون عنك بعد ثلاثة أعوام من الآن، وقد جاء كل هؤلاء الناس لتكريمك، وليعبروا عن مشاعر الحب والتقدير، وسيتحدث فيها أربعة من المتحدثين حول مناقب الفقيد، وسوف يكون الأول من أسرتك في حضور الأقارب من الأطفال، والإخوة، والأخوات، وأبناء الأخوات، وبنات الأخوة، والعمات، والأعمام، وأبنائهم، والآباء؛ الذي جاءوا من كل أرجاء الوطن للمشاركة.

وسوف يكون المتحدث الثاني واحد من أصدقائك، والذي يمكنه أن يعطي إحساساً بما كنت عليه كشخص.

أما المتحدث الثالث؛ فسوف يكون من زملاء العمل والمهنة.

في حين سوف يكون الرابع من إحدى الجمعيات في المنطقة.

والآن فكر بعمق، وقل: ماذا تود أن يقوله كل واحد من هؤلاء المتحدثين عنك وعن حياتك؟ وأي نوع أنت من الأزواج، أو الزوجات، أو الآباء، أو الأمهات، أو زملاء العمل تتمنى أن تكون عليه، وتمنيت أي نوع من الشخصيات تحب أن يصنفونك؟ وما هي الإسهامات والإنجازات التي تريد أن ينسبونها إليك؟

ثم افحص بناظريك الناس من حولك، واسأل نفسك: ما هي الإسهامات التي تود أن تكون قد أدخلتها على مسيرة حياتهم؟

وقبل أن تمضي في قراءة المزيد؛ عليك بكتابة انطباعاتك لدقائق قليلة، وسوف يؤدي ذلك إلى وضوح أكثر لأهدافك ورسالتك.

2 **وفي مجال تحقيق الأهداف** **فإنه من الأهمية بمكان تهيئة البيئة للنجاح**، وهذه قاعدة عامة تنطبق على العديد من الأنظمة، ولن ينجح أي نظام -حتى ولو كان معد بشكل مثالي- ما لم تُهيَّأ البيئة المحيطة والظروف والأطراف المختلفة لهذا النظام تهيئة جيدة.

وهذا ينطبق تماماً على تطوير قدراتك واستغلالها في الإلقاء؛ لذا يجب تهيئة نفسك داخليّاً، وتغيير خرائطك وتصوراتك الذهنية ومعتقداتك المعوقة، وتصور النجاح والتخطيط له، وأن تقنع بأن الفشل لا يحدث صدفة؛ بل هناك بنية للفشل وبنية للنجاح تَنتُج من التفاعلات داخل نظام معين.

والإنسان الناجح هو: ذلك الشخص الذي يستغل العادات في تحقيق أهدافه؛ من خلال تحويل سلوكه الإيجابي إلى عادات.

فمن خلال معرفة ما ينبغي عمله؟ ولماذا ينبغي عمله؟ ومعرفة كيفية عمله؟

وهو ما يعبَّر عنه بالمهارة والرغبة والحماسة للعمل، وبتكرار هذه الأشياء تتحول إلى عادة".

وعليك أن تسأل نفسك: هل تريد العيش فقط، وتكون مجرد فرد يعيش على هامش الحياة

بدون تأثير وبلا وزن ولا لون؟ هل تقبل أن تكون مجرد نقطة في جدول أعمال الآخرين؟ لماذا لا تفعل ما تريد؟ ولماذا لا تحقق أحلامك أنت؟ لماذا لا يكون لديك جدول أعمال خاص بك تنفذه أنت وتكون مؤثراً في الآخرين؟ لماذا لا تكون من أصحاب الهمم العالية الذين لا يرضون العيش على الهامش؟ لديك القدرات... لديك الإمكانات... ولكن معظمها غير مستثمر؛ وفقاً لما قاله عالم النفس الأمريكي وليام جيمس: "بالمقارنة بما يجب أن نكون عليه؛ فإننا نُعتبرُ نصف أيقاظ، إننا نستخدم جزءاً صغيراً من طاقتنا الجسمية والذهنية".

والآن وبناءً على ما سبق... لماذا الانتظار؟

[خطط لتطوير مهاراتك الخطابية:

وبعد أن تم تحديد رسالتك المتضمنة أهدافك الرئيسة في الحياة؛ حان الوقت لوضع أهداف أكثر تخصيصاً، مثل: تطوير قدراتك الإلقائية.

وسوف نتطرق فيما يلي إلى كيفية التخطيط لتطوير هذه المهارة، فالخطة الناجحة تحقق لك -بعد توفيق الله- أحلامك، وتحولها إلى واقع ملموس:

أولاً: حدد هدفك: حدد ما الذي تتمنى تغييره الآن؟ وما هي النتيجة المرجوة التي ترغب في تحقيقها؟ ما الذي ينقصك لكي تتصرف بشكل مختلف؟ ما هي العوائق؟ ماذا ستعني لك النتائج؟

ومن الأشياء المساعدة -في استيضاح الجوانب الغامضة عند تحديدك الأهداف- هي: مصفوفة أسئلة "ديكارت"، فهذه المصفوفة مفيدة جدّاً في تحديد الأهداف بشكل دقيق، وتحفزك للبدء بتنفيذها.

وأسئلة المصفوفة تدفعك للتفكير في جميع الجوانب الإيجابية والسلبية لسلوكك الحالي، وكذلك الوضع المرغوب عند تحقيق هدفك، هذه الدقة في التحديد؛ توحد الطاقة وتزيد من حماستك لبذل الجهد للوصول للهدف.

وهي عبارة عن أربعة أسئلة:

السؤال الأول: النظرية (أ ب) ماذا سيحدث إذا حققت هدفك؟

ولنفرض أن هدفك هو: أن تكون خطيباً مؤثراً؛ فما الذي سيحدث إذا تحقق ذلك؟

يمكن الإجابة بالقول بأنك ستكون مؤثراً في الآخرين، وستنقل أفكارك إليهم، وتستطيع أن

تصيغها بشكل جيد، وتمتلك قدرة إقناعهم بها، وستزيد هذه المهارة من ثقافتك وقراءاتك ومعرفتك، وتزيد من فرص نجاحك، ويرتفع مستوى تقديرك لذاتك، وتشعر بالرضا عن نفسك، وتتمكن من تطوير مجتمعك وأخيراً؛ تترك أثراً في هذه الحياة.

السؤال الثاني: الضد (~ أ ب) ما الذي لن يحدث إذا حقّقت الهدف؟

وتشمل المكاسب - إن وجدت - لوضعك الحالي.

وعوداً على المثال السابق؛ فإذا بقيت على وضعك الحالي؛ فيمكن القول بأنك ستنعم بالراحة والدعة؛ لأن أحداً لن يطلب منك التحدث أمام الناس، ولن تتحمل همّ تطوير ذاتك والبيئة المحيطة بك، ولن تتعرض للانتقاد..

وينطبق على ذلك قول المتنبي:

ذو العقل يشقى في النعيم بعقله ... وأخو الجهالة في الشقاوة ينعم

السؤال الثالث: المعكوس (أ ~ ب) ماذا سيحدث إذا لم يتحقق الهدف؟

ويدفعك هذا للتفكير في السلبيات، والتكلفة الناتجة عن استمرارك في وضعك الحالي.

وبتطبيق ذلك على مثالنا السابق؛ فقد تدِّون: أن خوفك من مواجهة الناس والتحدث أمامهم سوف يستمر، وسوف تعيش هذا الكابوس كلما طلب منك التحدث أمام مجموعة من الناس، أو إدارة قسم أو اجتماع، أو حضور مناسبة، وتستمر في التهرب من الموجهة وتفويت الفرص؛ مما يؤدي إلى تدني تقديرك لذاتك، وينتهي بك المطافُ إلى أن تعيش في الظلِّ، وعلى هامش الحياة؛ دون أي تأثير يذكر.

السؤال الرابع: الصورة المنعكسة (أ ~ ب ~) ما الذي لن يحدث إذا لم تحقق الهدف؟

يدفعك هذا السؤال إلى التفكير في الرغبات اللاواعية، وينشط العقل الباطن ويحفزه، ويمكن أن تدون: أنك لن تكون قادراً على التأثير على الآخرين، وسوف تعيش على الهامش.

النظرية أ ب	الضد ~ أ ب
ماذا سيحدث إذا حققت هدفك؟	ما الذي لن يحدث إذا حققت الهدف؟
المعكوس أ ~ ب	**الصورة المنعكسة أ ~ ب ~**
ما سيحدث إذا لم يتحقق الهدف؟	ما الذي يحدث إذا لم يتحقق الهدف؟

هذه المصفوفة ستقدم لك دعماً كبيراً لتحديد هدفك؛ سواءً كان هدفك أن تكون داعية أو خطيباً أو محاضراً أو مُسوِّقاً أو متحدثاً مقنعاً؟

ولكي تصيغ هدف واضح ومحدّد: اتّبع ما ينصح به المختصون بأن تصبغ أهدافك بشكل إيجابي؛ بحيث تحدد ما تريد؛ وليس ما لا تريد.

إن الناس يختلفون في أساليب التفكير في أهدافهم، فالبعض لديه نزعة سلبية في التفكير؛ إذ يميل إلى تجنب نتائج معينة، بدلاً من الاتجاه لتحقيق نتائج أخرى، فيركز على تجنب ما لا يريد؛ بدلاً من التوجه مباشرة إلى ما يرغب فعلاً بتحقيقه.

وعليك أن تستخدم النزعة الإيجابية المتمثلة في التفكير والتركيز على ما تريد فقط.

لقد لاحظنا في برامجنا التدريبية أن كثيراً من المتدربين يقومون بصياغة أهدافهم بشكل سلبي، كأن يقول بعضهم: أريد التخلص من الخوف والارتباك!

ويترتب على ذلك نتائج عكسية؛ لأن التصور السلبي سيشغل الوعي من خلال تصوير تلك النتيجة غير المرغوبة فيها وهي: الخوف والارتباك؛ مما يؤدي إلى تحقيق تلك النتيجة، وما يغلب ويشغل تفكيرك يتحقق وينعكس في صورة سلوك واقع.

والخطوة التالية: هي ترتيب الأولويات وتنظيم الوقت، فوفقاً لمبدأ باريتو (٢٠/٨٠)؛ فإن معظم النتائج والإنجازات تأتي من عدد ضئيل من الأسباب والمعطيات والجهد.

وهذا يعني -نظرياً-: أن (٨٠%) من الإنجاز يتحقق من خلال (٢٠%) فقط من الجهد المبذول، وعليه؛ فإن أربعة أخماس الجهد المبذول يذهب هباءً، ويفترض مبدأ (٢٠/٨٠) وجود ميزان مختل يحكم العلاقة بين الأسباب والنتائج والمعطيات والمخرجات والجهد والعائد.

والأمثلة كثيرة على ذلك منها: أن (٢٠%) من المجرمين وراء (٨٠%) من الجرائم، وأن (٢٠%) من الثياب تستهلك بنسبة (٨٠%)، وأن (٢٠%) من المنتجات تحقق (٨٠%) من قيمة العوائد المادية، وأن (٢٠%) من التجار يسيطرون على (٨٠%) من التجارة، وأن (٨٠%) من التنازلات في المفاوضات لا تأتي إلا في (٢٠%) من الوقت المتاح... والسلسة لا تنتهي عند حد ما.

وما يهمنا في هذا المقام هو: تطبيق هذا المبدأ على كيفية استغلال الوقت لتطوير مهاراتك الخطابية: إن (٢٠%) من جهدك سيحقق (٨٠%) من إنجازاتك، وبالعكس فإن (٨٠%) من جهدك لا تثمر إلا عن (٢٠%) من إنجازاتك فقط، وهذا يقودنا إلى أهمية اختيار هذا الجهد

اليسير مما يستوجب عليك تحديد أولوياتك.

ونرجع هنا لمثالنا: إنك تريد أن تكون مُلقياً مؤثراً، فإن أول ما يجب عليك القيام به: أن تحدد تلك الأنشطة المرتبطة بتطوير مهارة الإلقاء لديك؛ بحيث تخصص وقتاً لتطوير هذه المهارة؛ سواءً كان بالالتحاق بالدورات التدريبية في مجال الإلقاء، أو بالقراءة حول هذا الفن، أو بالتدريب وخلق الفرص مع الأصدقاء أو في المحيط الأسري أو في مجال العمل... إلخ، هذا الجهد لن يتجاوز (٢٠%) من أنشطتك اليومية؛ لكنه سيحقق الكثير في مجال إنجاز هدفك المتمثّل في التحدث أمام الناس.

والخطوة الثالثة: هي تقسيم هدفك إلى مراحل؛ بحيث يسهل تحقيق كل مرحلة على حدة، لأن الهدف عندما يكون ضخماً أو بعيداً؛ فربما يصيب الإنسان بالإحباط؛ فتنخفض الدافعية لتحقيقه.

ولتوضيح ذلك: نأخذ حالة (عمر) أحد الذين تدرّبوا على الخطابة كمثال على ذلك، الذي كان طالباً على وشك التخرج من كلية الدعوة، تتوافر فيه متطلبات الداعية من علم شرعي وثقافة، ومظهر لائق، وصوت جميل، وحلمه أن يكون داعية.

ولكنه يضحي بتخصصه الذي أحبه بسبب تضخيمه للخوف من الإلقاء، وحينما عَلِمَ بأنه مُطالب في الفصل الدراسي التالي بتقديم بحث أمام لجنة وبحضور بعض الطلبة... هنا فكّر جدّياً في أن يغيّر تخصّصه، ويبدأ من جديد في تخصص آخر؛ بسبب خوفه من الإلقاء مضحّياً بسنوات دراسته! وعندما التحق بدورة الإلقاء؛ كان أول سؤال طرحه هو: هل تكفي خمسة أيام للتخلّص من الارتباك.. وفي اليوم الرابع -ولأول مرة في حياته- وقف عمر في المسجد -المجاور للمركز- وألقى كلمة وعظية بعد صلاة المغرب لمدة (١٠) دقائق، أمام حوالي (٤٠) مُصليّاً.

هذا الإنجاز حفّز هذا المتدرب لتحقيق حلمه في أن يكون داعيةً مؤثراً، ذلك الحلم كان بالنسبة له ضخماً وبعيد المنال!

ولكن بعد توفيق الله، ثم باتّباعه لإرشادات مركز الإلقاء؛ قام بتقسيم هدفه إلى مراحل:

كانت أولى هذه المراحل: هو باتخّاذه قرار الالتحاق بدورة مهارات الإلقاء التدريبية.

والمرحلة الثانية: هي بتقديمه للكلمة الوعظية في المسجد المجاور.

والمرحلة الثالثة: هي أنه قرّر تقديم كلمات وعظية في عدد من المساجد الصغيرة، مع

إلقاء خطب جمع في بعض منها خلال مدة ثلاثة أشهر.

والمرحلة الرابعة: تقديم هذه الكلمة الوعظية في التجمعات والاستراحات.

وهو حاليّاً داعية وخطيب في مسجد فيه أكثر من (٥٠٠) مصلي.

فإذا كان حالك مثل حال صاحبنا عمر، وترغب في أن تكون خطيباً، وأنت حاليّاً لا تستطيع التحدث أمام أفراد لا يتجاوز عددهم عدد أصابع اليد والواحدة؛ فإن تقسيم هذا الهدف إلى أجزاء ومراحل يُسهل عليك الوصول إلى ما تريد.

وذلك بأن تبدأ -أولاً- بالتعرف على مهارات الإلقاء؛ سواءً بالقراءة أو بالالتحاق بدورة تدريبية، ثم تبدأ في تطبيق ما اكتسبته أمام الأهل والأصدقاء، وتجمعات الأقارب لمدة شهرين بمعدل إلقاء كلمتين أو ثلاث كلمات أسبوعيّاً، كما يمكن استغلال مجال العمل؛ وذلك بالمشاركة في الاجتماعات، وتقديم دورات تدريبية للموظفين، وإذا كنت طالباً فحاول أن تكثر من طرح الأسئلة والمناقشة والمداخلات على المحاضرين، وإلقاء تقاريرك وأبحاثك أمام بقية الطلبة.

بعد ذلك يمكن أن تقوم بإعداد كلمة وعظية في حدود خمس دقائق في المساجد الصغيرة خارج منطقة سكنك، ويفضل أن تكون في القرى القريبة من بلدتك، أو في التجمعات العمالية؛ لعدم معرفتك بالحاضرين -بغرض تقليل مستوى الخوف لديك-، وأن تلقي هذه الكلمات بواقع ثلاث مرات أسبوعيّاً لمدة شهرين، ثم تنتقل بعدها لمساجد أكبر...

وهكذا ستجد أنك في نهاية العام قد طوّرت مهاراتك الخطابية.

ثانياً: تعرف على إمكاناتك:

نقط الانطلاق في هذا المجال هو: أن تتعرّف على إمكاناتك، وأن تثق بها، فمن الأخطاء الشائعة الاعتقاد بأن الإمكانات وكأنها شيء محدد، مثل الأشياء الموروثة؛ كاللون والطول، بينما الإمكانات لا تتوقف عند حد معين؛ فهي قابلة دائماً للنمو والتطور طالما عملت على تنميتها، ولذلك يجب عليك أن تحدّد بدقة ما لديك من قدرات، وما ينقصك من مهارات تحتاج إليها في سبيل تحقيق ما تريد؛ لتتمكن من تنميتها وتطويرها.

ومن الأمور التي تساعد في تنمية إمكاناتك: وجود الرغبة الشديدة التي تحوِّل ما ترغب فيه إلى هواية وهدف تسعى لبلوغه.

والنقطة الجوهرية هي: ألا تعتقد أن الإمكانات والقدرات التي لديك محدودة، فمن

السهولة بمكان تطوير أي مهارة.

لقد ثبت من التجارب أن الإنسان لا يستغل سوى جزء يسير من قدراته المتاحة؛ نتيجة لوجود عدد من القناعات المعوِّقة لديه، فأنت لديك الإمكانات، وأن ما تحتاج إليه فقط هو عقل منفتح يتقبل كل جديد، ثم اتخاذ قرار بالتغير، وأخيراً المبادرة بالتنفيذ.

ثالثاً: تخيل ما تريد تحقيقه:

مجرد تحديد الأهداف ذهنيّاً أو كتابيّاً قد لا يكفي لتوليد الحافز للعمل على تحقيقها، فالإنسان يتّجه -غريزياً- لتحقيق المتعة، وتجنب الألم؛ ولذا فلا بد من أن تعبِّر عن تلك الأهداف بشكل متعلق بالحواس: ماذا سترى؟ وماذا ستسمع؟ وماذا ستشعر به عند تحقيق تلك النتيجة؟ وكأنك تقوم بعمل فِيلم عقلي بالنتائج وتترجمها إلى خبرة حسِّيَّة.

وفي مجال تطوير مهاراتك الخطابية؛ فإنك إذا رغبت -مثلاً-: أن تكون داعية أو محاضراً؛ فتخيل أنك حقّقت ذلك، وتصوَّر حدوثه، وتصور أنك تمارس تلك المهارة، وأنك تتحدث أمام حشد غفير من الناس، وحاول أن تشرك جميع حواسك؛ بحيث تتخيل قاعة المحاضرات، والمنبر، واللاقط الصوتي، والجمهور... تخيل سماع كلمات الإطراء والثناء والإعجاب بما تقدّمه... استشعر مشاعر الفرح والسرور بما حققته، وكيف كان تأثيرك على الحضور... استحضر مشاعر الثقة بالنفس، وتقدير الذات وهي تنتابك.

وتذكر.. أنه كلما كان تصورك قريب للواقع كانت النتيجة أفضل؛ لأن الجهاز العصبي للإنسان لا يُفرق بين الخبرة التخيّلية والخبرة الفعليّة، فما تتخيله ويشغل وعيك؛ فإنه يؤثر في اللاشعور.

فالتخيل الواضح يملك من القوة ما يجعل الفكرة تفرض سطوتها عليك في الحاضر، هذا التصور يمنحك تذوقاً للمستقبل وأنت في الحاضر، ويولِّد مشاعر المتعة والسرور؛ مما يحفزك لبذل الجهد لكي يتحقق هذا المستقبل.

فالحافز والدافعية تتولدان بين مشاعر المتعة والسرور -الناتجة عن تصور تحقيق الهدف-، وبين مشاعر الألم؛ نتيجة لوضعك الحالي، وعدم تحقيقك حاليّاً لهذا الهدف.

إن غياب الصورة التخيلية للنتيجة المرغوبة يؤدي إلى عدم ظهور مشاعر المتعة؛ مما يؤثر سلبياً على التحفز والاندفاع لتحقيق تلك النتيجة.

G طور مهاراتك[1] G

يمكن تعريف "المهارة" بأنها: "الأشياء التي تجيد صنعها".

الداعية يتميز عن غيره من الناس بهمته وصدق عزيمته في خدمة الإسلام، ولذا فهو يحرص على كل مهارة تساعده على أداء رسالته، وكم من داعية صادق عض أصابع الندم أن فرصاً دعوية فاتته؛ بسبب تقاعسه عن تعلم مهارات مفيدة كانت ستسعفه في إقامة الحجة وبيان المحجة للآخرين.

Y يحرص الفرد منا على إتقان عدد من المهارات لأسباب كثيرة، منها:

أولاً: احرص على ما ينفعك: أوصى النبي ﷺ بالحرص على ما ينفع، سواءٌ كان ذلك النفع دنيوياً أو أخروياً؛ قال ﷺ: «**المؤمن القوي خيرٌ وأحبُّ إلى الله من المؤمن الضعيف؛ وفي كل خير، احرص على ما ينفعك، واستعن بالله ولا تعجز**»، والحديث بتمامه في "صحيح مسلم"، والحرص على المهارات النافعة هي من هذا الباب؛ ولا ريب.

ثانياً: قيمة المرء ما يحسنه [2]: فإن العُقلاء يتفقون -مسلمهم وكافرهم- على أن قيمة المرء ما يُحسنه؛ وهذا يصدق في الأمور الحياتية، أما في جانب المنزلة عند الله؛ فإنه ﷻ أخبر: ﴿إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ﴾ [الحجرات: ١٣].

ثالثاً: إتقان المهارات.. طريق التأثير: فإذا تكلم المرء بأسلوبه البليغ؛ وعته القلوب، **وإذا كتب وسطر الأفكار؛** اقتنعت بها العقول.

حواره قوي.. يدل على ثقته برسالته.

صابرٌ.. لا يمل من طول الطريق، ولا يسأم من كثرة المُعرضين.

قواعد في اكتساب المهارات.. والمحافظة عليها:

١- المهارات لا تتطور وتنمو لوحدها، وهذا يعني: أنه لا بد من الاهتمام والمراعاة لها؛

---

(١) "مهاراتك الشخصية"، عادل محمد العبد العالي، (ص٤).

(٢) أصل هذه العبارة خبر نسب إلى علي ﷺ؛ كما جاء في "جامع بيان العلم وفضله".

لمزيد استفادة منها، ورقي بها.

٢- إذا لم تنجح في تطوير مهارتك في بادئ الأمر؛ فلا بد أن تتحقق إذا كنت تبني على مهارة مناسبة لك أم لا؟

٣- دراسة المهارة التي تحسنها توفر عليك عناء الترحال والدوران بلا هدف.

٤- إذا حاولت أن تجلس على مقعدين فسوف تقع بينهما؛ لذا في الحياة يجب اختيار مقعد واحد.. وهذا المثل يؤكد على التركيز والتخصص.

٥- لمواصلة تطوير المهارة: تعرف إلى شخص أو أكثر ممن يستمع إلى إنجازاتك ونشاطاتك خلال الفترة الماضية، وبين له كيف حققت أهدافك، وما هي خطتك للفترة القادمة.. هذا الأسلوب يدعمك ويشحذ من همتك ويقوي من عزيمتك لمواصلة الطريق.

٦- المهارات لا تطرق أبواب الناس فيأخذ كل أحد نصيبه منها؛ ولذلك على المرء أن يبحث عن المهارة التي يرغب بترسيخها، ويبذل لذلك المال والوقت -ولو أُضطر إلى السفر- من أجل تحصيلها من أهلها.

كيف تتعرف على مهارتك الشخصية؟

المتأمل لواقع الكثيرين؛ يجد أن المهارة الشخصية يمكن أن تُكتشف بإحدى الطرق التالي:

الطريقة الأولى: أن تكتشف مهارتك بعد خوض عدة تجارب، فبعد أن يجرب المرء عدداً من المهارات؛ يكتشف مهارته في جانب ما؛ فيسير بخطوات ثابتة نحو تطوير هذه المهارة؛ حتى يبرز فيها على الآخرين، ويتقن أطرافها.

وعيب هذه الطريقة: أنها تحتاج إلى جهد ووقت طويل؛ قد يصل المرء معها إلى نتيجة، وقد لا يصل!

الطريقة الثانية: أن يُخبرك أحدُ المقربين بمهارتك؛ فتجد الموظف في وظيفته والطالب في مدرسته لديه من الانشغال الذهني ما يصرفه عن اكتشاف مهاراته، فيلتف بالمرء بعض القريبين منه؛ فيكتشفون فيه صفات تؤكد قدرته على مهارات دون أخرى؛ فيشجعونه عليه؛ حتى يبرز في هذه المهارة وتلك، ويتقن أطرافها.

وميزة هذه الطريقة: أنها تختصر الخوض في تجارب غير مجدية؛ فيحفظ المرء عمره.

ومن علامات مهارتك الخاصة:

١ - أن تجد في نفسك حنيناً إلى هذه المهارة؛ وكأنما تستمع إلى نداء من الداخل: أريد أن أفعل هذا؛ فيدفع الحنين بك نحو أمر دون سواه.

٢ - أن تجد من نفسك إقبالاً وسرعةً في تعلم هذه المهارة.

٣ - أن تشعر أنك بارع في تنفيذ المهارة، ويؤكد ذلك ثناء العارفين وأهل الخبرة عليها.

ومما يحسن التنبيه عليه:

أنه يجب أن يقتنع المرء بما يود فعله، فإن الكفاءة والقناعة قد لا يمشيان على نفس الخط؛ فقد يملك المرء الجدارة في شيء لكنه غير مقتنع به، فما أن يحظى بشيء يعطيه قناعة أكبر حتى يتحول إليه، أي أن الجدارة في شيء دون الاقتناع به لا تستمر طويلاً.

عوائق اكتساب المهارات:

أولاً: عوائق داخلية:

١- العجز وضعف الهمة:

فإن من ضعفت همته ورضي بالعجز؛ فلن يتحرك من مكانه، ولن يطور من شأنه، ولذا لن يتعرف على المهارات؛ فضلاً عن أن يجتهد في اكتساب أيٍّ منها!

قال الرافعي: "فأما العجز: فمنزلة تجعل الإنسان كالنبات يرتفع عن الأرض بعوده، ولكنه غائر فيها بأصول حياته.

وأما ضعف الهمة؛ فمنزلة الحيوان الذي لا هم له إلا أن يوجد كيفما وجد، وحيثما جاء موضعه من الوجود...".

٢- الاشتغال بنقاط الضعف:

نقاط الضعف هي كل ما يعيق إنتاجية المرء، ويقلل من تقدير الذات، والاشتغال بها يصرف الإنسان عن تطوير مهاراته.

وحاصل ذلك.. أن إصلاح العيوب لن يطور المهارة، ولكن سوف يصحح وضع المرء فحسب، **ومثال ذلك:**

كتابة مقال:

إن إصلاح الأخطاء النحوية في المقال يجعله صحيحاً نحويّاً، لكن معاني هذا المقال وبلاغته وقوة أفكاره وأسلوب طرحه.. هي التي بمجموعها تؤدي إلى حصول الكاتب على الامتياز والتميز، وهي التي تبرز مهارته في عرض الأفكار والمعاني.

٣- عدم الثقة بالنفس:

فكثير من الناس لا يثق بنفسه؛ فيؤثر ذلك على انطلاقه وإيجابيته.

والثقة بالنفس **هي السبيل إلى أن يُقِّدر الإنسان ذاته، وهذا يعني ما يلي:**

أ- إيمان الإنسان بأهدافه وقراراته.

ب- إيمان الإنسان بقدراته وإمكانياته.

ومن علامات عدم الثقة بالنفس:

أ- الشعور بانزعاج الآخرين منه.

ب- الانقطاع لقناعته أنه لن يستطيع إكمال العمل.

جـ- الشعور بأن الآخرين يسخرون منه.

د- سرعة التسليم بالهزيمة أمام أي صعوبة.

٤- التشتت الذهني:

ومع عدم التركيز على المهارة لا يمكن تنميتها والاستفادة منها، يقول ويليس كاريير: "إن شرَّ آثار القلق: تبديدُه القدرةَ على التركيز الذهني، فنحن عندما نقلق: تتشتت أفكارنا، ونعجز عن حسم المشكلات، واتخاذ قرار فيها"، ويصدق ذلك على تنمية المهارات.

٥- المبررات الواهية:

أ- الحتمية الوراثية: فتجد البعض كثيراً ما يردد أن ضعفه وعدم مبالاته في اكتساب المهارات يرجع إلى وراثة أخذها عن أجداده، ومنها: السلبية القاتلة، وضعف العزيمة.

ب- الحتمية النفسية: فتجد بعض المتقاعسين عن تطوير مهاراتهم يُرجعون ذلك إلى ظروف تربيتهم أثناء الطفولة؛ فقد تربوا على اللهو والعبث، وترك الأمور الجادة، ونحو ذلك**!**

جـ- الحتمية البيئية: فكثيراً ما ترى أُناساً قد اقتنعوا بأن ظروفهم الحالية هي التي تمنعهم من اكتساب المهارات.. فذاك يقول: لا أستطيع تطوير نفسي؛ بسبب ظروف عملي، أو وضع أُسرتي،

أو حالتي المادية.. وهكذا.

أولاً: عوائق خارجية:

١- عدم وجود آلة المهارة:

فبعض المهارات لا تكون إلا بوسائل وأجهزة معينة، أو بتوفر كتب محددة، فإذا فقد المرء هذه الأمور؛ كيف سيتعرف على مهارته؛ فضلاً عن أن يطورها؟!

٢- عدم وجود البيئة المشجعة:

فإن التشجيع له أثر بالغ على المرء ليواصل الطريق في التعرف على مهاراته وتطويرها.

٣- الطريق الخاطئ:

إن أكثر الناس لا يفشلون لغباء فيهم! ولكن لأنهم سلكوا طريقاً خاطئاً لاختيار مهاراتهم "فذهبوا إلى غير رغباتهم، أو صرفوا رغباتهم في غير قدراتهم؛ فيدلف الواحد منهم إلى مهارة لا يفهمها، ولا تُشبع رغبته، ولا تتناسب مع ميوله واتجاهاته؛ فيئد مواهبه، ويضيع عمره، ويستنزف طاقاته، ويُبدد قدراته!

ولا يتدارك فداحة خطئه وسوء اختياره؛ إلا بعد أن قطع شوطاً لا يستهان به، ومر بسلسلة من الإحباطات المتوالية".

حقيق بمن أراد النجاح والتميز: أن يوافق بين مهاراته ورغباته، وأن يراعي قدراته؛ ليصل إلى غايته وطموحاته.

G مفهوم الخطابة[١] G

الخطابة: هي فن الإقناع والاستمالة، مما يعني أنها تتعامل مع العقل والعاطفة، مع تركيزها على العاطفة بصورة واضحة.

كما أنها اتصال في اتجاه واحد، يقوم به الخطيب لتوصيل معلومات أو مفاهيم معينة لجمهور المستمعين.

الخطابة: فن إيصال خبر أو فكرة ما لمجموعة من السامعين؛ على نحو مقنع ومؤثر.

وهكذا نجد أن الإقناع والتأثير هما غاية الخطابة ومحورها الرئيس، قال تعالى: ﴿**وَعِظْهُمْ وَقُل لَّهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلاً بَلِيغاً**﴾[النساء: ٦٣]، وفي الحديث الصحيح عن العرباض بن سارية: "وَعَظَنا رسولُ الله ﷺ موعظةً وَجِلت منها القُلوب، وذرفتْ منها العيون". رواه الترمذي.

يقول الشيخ علي محفوظ رحمه الله: "... **وللخطابة غاية ذات شأن خطير، وهي:** إرشاد الناس إلى الحقائق، وحملهم على ما ينفعهم في العاجل والآجل.

والخطابة معدودة من وسائل السيادة والزعامة، وكانوا يعدّونها شرطاً للإمارة؛ فهي تكمل الإنسان وترفعه إلى ذُرا المجد والشرف".

Y فوائد الخطابة:

للخطابة فوائد جمة، نذكر منها ما يلي:

أ- فوائد اجتماعية:

1 الحث على الأعمال التي تعود بالنفع على المستمعين.

1 التنفير من الأعمال السيئة على الفرد أو المجتمع.

1 إثارة حماس الناس تجاه قضية معينة.

1 إقناع المستمعين بمسألة مهمة.

1 التعليم والتثقيف.

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٠).

ب- فوائد شخصية:

2 فرصة للاتصال المباشر مع الناس.

2 مجال لبناء العلاقات (ولا سيما مع أصحاب النفوذ).

2 إتقان مهارة جديدة تحتاج إليها معظم المهن.

2 زيادة فرص النجاح في الحياة.

قال ﷺ: «**نضّر الله امرأ سمع منا شيئاً فبلغه كما سمعه، فربَّ مبلغ أوعى من سامع**». رواه الترمذي، وقال: "حديث حسن صحيح".

Y **هدف الإلقاء**[١]**: والهدف الأساسي من الإلقاء والخطابة هو:** توصيل المعلومة عن طريق المشافهة للمستمعين.

وكما سنبين بعد ذلك أن واجبات التوصيل تندرج في مراحل ثلاث:

١- توصيل الأفكار. ٢- الإقناع بها. ٣- الاستمالة للعمل بها.

وتتنوع أشكال مخاطبة الجماهير في خدمة مراحل التوصيل، فمثلاً:

✦ **المحاضرة أو الدرس** قد تخدم عمليّاً توصيل الأفكار، وقد تتعدى ذلك إلى بعض الإقناع.

✦ **المدارسة** تصلح أكثر في مرحلة الإقناع.

✦ **أما الخطابة؛** فهي شكل يصل بالمستمع إلى المرحلة الثالثة من مراحل التوصيل (الاستمالة).

وهدف الخطيب الأساسي هو: الاستمالة، بمعنى: أن يجذب القلوب إلى فكرته.

وقالوا عن الخطابة: "هي حدة التصور، وقوة التصوير".

فالخطيب أمامه صورة واضحة يعرف أركانها وأبعادها، ولديه تذوق لجميع ألوانها، ثم إن لديه القدرة على أن يصور لك ما تَصَوَّره هو كأنه ينقله إلى عينيك؛ بل ينقلك إليه بذاتك، وتعيش في الحدث كما وعاه، بل وتتصوره كما تصوره.

---

(١) "لقاء الجماهير"، د. أكرم رضا، (ص١٠).

المحاضرة والخطبة[(١)]:

المحاضرة، أو الدروس الدينية، أو حتى خطب الجمعة: جميعها كانت وسيلة تعليم من القديم وإلى هذا الوقت، غير أن الأمور اليوم أصبحت أكثر اختلافاً، فعندما كان -فيما مضى- يتحدث المتكلم إلى الألف والألفين والخمسة آلاف كحد أقصى؛ أصبح اليوم من وسائل الإعلام ما ينقل ما يقوله المتكلم لملايين الناس، وأصبح الخطيب المتميز والمتكلم المفوه لا يستمع له من حوله أو من في بلدته فحسب؛ وإنما تجاوز الأمر كل هذا إلى أن أصبح يخاطب العالم، والناس يميلون إلى الاستماع إليه وهم متكؤون يرتشوفن أكواب الشاي، أو هم يتناولون وجبتهم المفضلة، لأ ذلك أرخص لهم وأسهل.

ومع ذلك كله لا يزال الناس يركبون سياراتهم ويتجهون نحو بعض المحاضرين؛ ولا يكتفون بمشاهدتهم في التلفاز، بل يرغبون بمشاهدتهم شخصيّاً.

فما الذي يدفعهم أو يحركهم لذلك؟ وما الذي يجعلهم ينصتوا لفترات طويلة دون ملل؟ لا شك بأن هناك عوامل من أهمها:

- **حضور المحاضر وشخصيته.**
- **وكيف يقدم ما يقدمه.**
- **ثم ما هو الذي يقدمه، وما مدى أهميته؟!**

وهنا يظهر الفرق بين المحترفين وبين الذين يتكلمون بألفاظ رنانة وأصوات مرتفعة، ثم يخرج الناس وهم لا يدركون ما كان يتفوه به هؤلاء؛ غير أنه كان هناك خطبة ومحاضرة!

إلا أن المحترفين لا يمتعون الجمهور في محاضراتهم وحسب؛ وإنما يأخذونهم من مجرد الكلام إلى قوة العمل، وهذا هو الذي يدفع الناس إليهم؛ لأنهم يريدون من يقدرهم ويوجههم نحو الأمثل والأحسن.

ولكي يتمكن الخطيب أو المحاضر من تقديم محاضرة فعالة: لا بد له من فهم العوامل الثلاثة الرئيسية لأي محاضرة وهي:

١- المحاضر حضوره وشخصيته وقدراته. ٢- والمستمع.
٣- والمحاضرة وجمع المادة وتلخيصها وتجهيزها.

---

(١) "فنون الإلقاء" (مذكرة تدريبية)، محمد عايش، (ص٣).

صفات الخطيب المتميز[(١)]

الخطيب له دور كبير وأثر بالغ في مجتمعه وسامعيه، فهو بمثابة المربي والمعلم، ورجل الحسبة والموجه، ومهمة الخطيب مهمة شاقة وعظيمة؛ تحتم عليه أن يستعد الاستعداد الكافي؛ مع صواب الرأي، وحسن الأداء.

ولهذا؛ فمن أهم صفات الخطيب ما يلي:

١- **العلم وفهم الكتاب والسُّنّة وأقوال السلف الصالح**، والتمسك بها، وضبط الشواهد من القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة، والشواهد والأمثال والقصص المناسبة.

٢- **العلم بأحوال الناس ومراعاة مقتضى الحال وأحوال السامعين، وأن لكل مقام مقالاً، ولكل جماعة لساناً**، فالحديث إلى العلماء غير الحديث إلى غير العلماء والحديث إلى العامة غير الحديث إلى الخاصة.

٣- **الاستعداد الفطري، وطلاقة اللسان، وفصاحة المنطق.**

٤- **أن يكون ذا عقل راجح** يقوده إلى الملاحظة الدقيقة، وحسن المقارنة والمعرفة بطبائع الأشياء، وسلامة الاستنتاج.

٥- **أن يكون مخلصاً حريصاً على قول الحق والعمل به والدعوة إليه**؛ فلا يسرف في مدح ولا ذم، ويبتعد عن فاحش القول وبذيئه، ويستغني بالكناية عن التصريح بما لا يستحسن فيه الإفصاح.

٦- **البعد عن العجب، والحديث عن النفس، وتجنب الأغراض الشخصية.**

٧- **التقوى، والصلاح، والاستقامة، والورع، والعفة.**

٨- **اليقين الراسخ، والاقتناع الشخصي، والثقة بما يقول وما تفيض به نفسه وينطق به لسانه**؛ إذ لا يؤثر إلا المتأثر، وما كان من القلب فهو يصل إلى القلب.

٩- **التزام الرفق، واللين، والحكمة، وعدم الاندفاع واستعجال النتائج، وسلوك السبيل الأمثل لدعوة الناس.**

---

(١) "خطبة الجمعة ومسؤوليات الخطباء"، إعداد مجلس الدعوة والإرشاد بوزارة الأوقاف السعودية.

١٠ - الجرأة في مواجهة المستمعين، والشجاعة، ورباطة الجأش، والثقة بالنفس.

١١ - القدوة الحسنة في المسجد وخارجه؛ حتى لا يخالف قوله فعله.

١٢ - حسن المظهر والهيئة، واتزان حركاته ونبراته.

صفات الخطيب الجيد[(١)]:

Y إن المتحدثين الجيدين والمحاورين المتميزين يفهمون القواعد الستة التالية:

١- أنهم يعرفون متى يتحدثون، ومتى يتوقفون.

٢- يتحدثون عن أشياء تهم الآخرين.

٣- يستخدمون اللغة اليومية السهلة.

٤- يتحدثون دون تفاخر.

٥- يشيرون إشارات طبيعية.

٦- يحافظون على التواصل بالعين.

Y أمور لا بد من اجتنابها في الخطبة والتدريس[(٢)]:

١- التركيز على سلبيات المصلين والناس، والحديث عن أخطائهم، أو استعمال ضمير المخاطب كثيراً:

وهذا مثل الطبيب الذي يحدث المريض عن مرضه؛ ويبالغ في وصفه وخطورته!

إن التركيز على مثل هذا الأسلوب من شأنه أن يحطِّم كل جوانب الأمل لدى المصلي؛ مما يجعله يشعر أنه لا يمثل إلا مجموعة من الأخطاء والعيوب، ومع كثرة النقد وبيان الأخطاء يتلبد يتبلد إحساسه؛ فيشعر أن الخطأ أمر طبيعي لا يمكن أن يفارقه، أو أن يشعر أن هذا الخطيب لا ينظر إلا بعين واحدة؛ فينصرف عن سماع ما يقول.

إن الخطيب الناجح يستطيع أن يحقق المقصود، ويعالج الخطأ دون حاجة للانتقاد **المباشر للناس**، فحين يتحدث عن إهمال الناس لصلاة الجماعة -مثلاً- بإمكانه بدلاً من النقد اللاذع أن يتحدث عن أهميتها، وفضلها، ويسوق الأدلة الشرعية على ذلك؛ ثم يُثَنِّيْ بعناية السلف بها، ومحافظتهم عليها، وذمهم من يتخلف عنها.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٣٠).

(٢) "حتى تستفيد من خطبة الجمعة"، د. محمد الدويش.

وبعد ذلك يقف عند هذا الحد، واللبيب يفهم الإشارة، وفي التلميح ما يغني عن التصريح.

وهذا لا يعني بالضرورة عدم الحديث عن الخطأ أو مجاملة الناس، لكن هذا شيء؛ وما نفعله أحياناً شيء آخر.

٢- وصف الأخطاء والتحذير منها دون العمق في تحليل أسبابها، والتفتيش عن مكمن الضعف:

فقد أصبح الشعور بالخطأ مشتركاً لدى الأغلب، لكنهم ينتظرون برنامجاً عمليّاً، وخطوات واقعية.

ومن ذلك: الحديث المجرد عن الموت والقبر دون ربط ذلك بالواقع.

ويشير الإمام ابن القيم رحمه الله إلى شيء من ذلك، فيقول: "وكذلك كانت خطبته، إنما هي تقرير لأصول الإيمان؛ من الإيمان بالله، وملائكته وكتبه، ورسله ولقائه، وذكر الجنة والنار، وما أعد الله لأوليائه وأهل طاعته، وما أعد لأعدائه وأهل معصيته، فيملأ القلوب من خيفته إيماناً وتوحيداً، ومعرفة بالله وأيامه.. لا كخطب غيره التي إنما تفيد أمراً مشتركاً بين الخلائق، وهي النوح على الحياة، والتخويف بالموت، فإن هذا أمر لا يحصل في القلب إيماناً بالله، ولا توحيداً له، ولا معرفة خاصة به، ولا تذكيراً بأيامه، ولا بعثاً للنفوس على محبته والشوق إلى لقائه..

فيخرج السامعون ولم يستفيدوا فائدة؛ غير أنهم يموتون، وتقسم أموالهم، ويبلي التراب أجسامهم، فليت شعري! أي إيمان حصل بهذا؛ وأي توحيد وعلم نافع حصل به؟!".

٣- النقد الشخصي والتصريح بالأسماء:

فهذا خلاف هدي النبي ﷺ؛ الذي كان كثيراً ما كان يقول: «**ما بال أقوام يفعلون كذا وكذا؟!**»، أو الغلو والإيغال في التعمية، فالمنكرات الظاهرة العامة يجب أن تنكر صراحة.

٤- مدح من لا يستحق المدح، والثناء عليه:

كما في بعض المواقف والمشاريع التي يدرك الجميع أنها غير صادقة، وغير جادة، أو كانت جادة؛ لكن الخطيب لا يستطع أن يقول كل شيء؛ فلا يستطيع الانتقاد وبيان الخطأ، فلا يسوغ له الاقتصار على الثناء؛ لأنه يتضمن التزكية عند الناس.

أما ما يقوله البعض من أن هذا شهادة للمحسن بإحسانه؟ فهذا مطلوب لكن حين يستطيع أن يشهد بالإساءة والإحسان، أما حين تكون الشهادة بالإحسان وسيلة لطمس الحقائق؛ والتلبيس على

الناس؛ فهذا أمر مرفوض.

٥- تأثر الخطيب بعمله الوظيفي:

فحين يكون مدرساً؛ يتحدث كثيراً عن الإجازات، والامتحان، وبدء العام، وهكذا مَنْ يعمل في ميدان الاحتساب؛ ترى معظم خطبه تدور حول الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وعن المنكرات المتفشية في المجتمعات.

وهذه أمور مطلوبة؛ لكن هذا شيء وكونها سمة غالبة على الخطيب شيء آخر.

G نمي ثقافتك[1] G

Y تحتاج كخطيب ومدرس لتبدأ أولى خطواتك على طريق الثقافة إلى:

١- أن تطالع.

٢- أن تنتقي.

٣- أن ترتب.

٤- أن تحفظ.

ماذا تنتقي؟

إن النحلة تمتص مليوناً من الزهور من أجل أن تعطينا مائة جرام من العسل**!** ثم هي تختار هذه المليون من بين أطيب الزهور، فلا تقع إلا على الطيب من الزهر، الزكي منه، ولا تمتص أبداً زهراً ساماً، ولا كريهاً**!**

قال رسول الله ﷺ: "**والذي نَفْسُ مُـحمَّدٍ بيَدِهِ إنَّ مثَلَ المُؤمنِ لكَمثلِ النَّحلَةِ؛ أَكلَتْ طَيِّباً وَوَضَعَتْ طَيِّباً**". رواه أحمد.

وتعظم مسؤولية المتحدث في الجماهير؛ حيث إنه يجب أن يتمثل هذا الدور؛ ليسرح في بطون الكتب، ومشاهد الطبيعة؛ يقرأ، ويتفكر، في صحبة إحساس صادق بما يقرأ ويسمع، ليخرج للناس شراباً طهوراً ﴿فيه شفَاء للنَّاس﴾[النحل: ٦٩].

وحتى تجيد الانتقاء لا تترك تلك الدرر التي تلقاها متناثرة في طيات الكتب أو في الدوريات، مثل الجرائد اليومية والمجلات، بل اجمعها واقتنيها، واجعل لها عنواناً.

١- انتق من القرآن المحكم القطعي الدلالة:

وكم من خاطرة مرّت عليك أو قالها غيرك؛ ولكنها عندما لم تسجل؛ فقدت**!!**

وكم من مرة قرأت آيات فوجدت لها وقع آخر غير المرات السابقة، وأظن أن عمر بن الخطاب ﷺ كان قد سمع: ﴿وَالطُّورِ * وَكِتَابٍ مَّسْطُورٍ * فِي رَقٍّ مَّنشُورٍ * وَالْبَيْتِ الْمَعْمُورِ * وَالسَّقْفِ الْمَرْفُوعِ * وَالْبَحْرِ الْمَسْجُورِ * إِنَّ عَذَابَ رَبِّكَ لَوَاقِعٌ﴾[الطور: ١-٨]؛ سمعها مرات عديدة،

(١) "لقاء الجماهير"، د. أكرم رضا، (ص٥٥).

فلماذا غُشي عليه تلك المرة بالذات؟

وستمر عليك آيات تشعر فيها شعور عمر ﷺ تلك المرة؛ فلتسجلها، ولتسجل انطباعك ناحيتها -أيضاً- تلك المرة، ولتضع لها عنواناً مناسباً.

إن للمتحدث في الجماهير مع القرآن لشأن، فلا بد لكي يكون مؤثراً أن يحسن صحبة القرآن.

ويكون شعاره: اقرأ.. تدبّر.. اعمل.

وعليه أن يستنبط من القرآن القواعد التي تدير الحياة.. فالقرآن منهج الحياة الطيبة دستور المجتمع الصالح.

ينادي مالك بن دينار خطباء الأمّة يقول: "**ما زرع القرآنُ في قلوبكم يا أهل القرآن؟**".

إن القرآن ربيع المؤمن؛ كما أن الغيث ربيع الأرض، وإذا كان الغيث ينزل من السماء مدراراً؛ ليخرج جنات وحَبَّ الحصيد، فإن القرآن له نفس الأثر في دينا الروح، وبالتالي؛ فإن المتحدث المدعم بالقرآن يقع كلامه في مواقع الإنبات عند المستمعين، فيشيع في أرجائها النماء والازدهار.

ولن يصل هذا المتحدث إلى هذا المستوى لمجرد أنه حفظ القرآن، أو زين خطبته ببعض آياته، فإن القرآن الكريم لا يعطي سرَّه لهؤلاء الذي يحفظون ولا يفهمون، وإذا فهموا لا يستنبطون، وإذا فعلوا كل ذلك؛ فإنهم لا يجدون الإرادة الحاملة على التنفيذ العملي لأوامره، وإنما يعطي القرآن ثماره لهؤلاء الذين عاشوه في حياتهم، فربطوها بالفلك القرآني، فانعكست آثار الصحبة المباركة على أنفسهم خُلقاً عظيماً يشع في كل اتجاه.

وللقرآن الكريم بركة تنعكس على حافظه علماً وبصراً بشؤون الحياة، وإن جمال أسلوبه وبلاغة تركيبه لتترك آثارها حتماً على لسانه.

٢- انتق من السُّنَّة: (الصحيح):

ولا تنس ذكر مصدره ودرجة صحته، والعجيب في معناه ومبناه.

إن الارتباط بمواطن الأسوة في حياة النبي ﷺ وأفعاله؛ يجعل المتحدث دائم الاستشهاد بأقواله ﷺ، ودائم الالتزام بأفعاله، ولا بد للمتحدث في الجماهير أن يستعرض حياته ﷺ، ويجليها للناس بما يكشف عن مواطن العظمة فيها.

يقول الدكتور محمود عمارة: "كنت أستمع إلى بعض الأخوة من فوق المنبر؛ فأحس برجال لا ينقصهم الإخلاص، ولا يفوتهم الإحاطة بكل شاردة وواردة تتصل بموضوع الخطبة، وأروح

أبحث عن سر هذه الظاهرة! ويهديني بحثي إلى أن الخطيب يسرد الأحاديث النبوية سرداً، ولا يغوص بالتالي في الأعماق الحافلة بكنوز المعاني والصور".

إن كتاباً مثل: "جامع العلوم والحِكم" في شرح خمسين حديثاً من أحاديث النبي ﷺ مختلف تماماً عن أي كتاب آخر يجمع أحاديث النبي ﷺ؛ لقد تعامل ابن رجب في هذا الكتاب مع حديث النبي ﷺ كلمة كلمة، وفقرة فقرة؛ ليجعل منه عناوين لبحوث عظيمة ومفيدة.

أيُّ الغادين أنت؟!

لقد أجاد "الشيخ علي القرني" عندما ألقى درساً جميلاً لمدة ساعة، يدور كله حول حديث رسول الله ﷺ: «كُلُّ النَّاسِ يَغدُو؛ فبائِعٌ نَفْسهُ فَمُعتِقُها أَو مُوبِقُها». رواه الترمذي.

فقد أخذ يستعرض القيم واحدة فواحدة: التوحيد، والصبر، وبر الوالدين، والصلاة، والصدقة، وآداب اللسان، وغيرها.. يقف عند كل قيمة فيبين سمات من يُعتق نفسه مع هذه الصفة، ومن يوبقها، ثم يسأل في النهاية سؤالاً يكرره بعد كل موضوع؛ فيصبح كأنه القافية الشعرية لقصيدة جميلة، عندما ينطلق عند ذروة التأثير؛ فيقول: **فأيُّ الغادين أنت؟**[1].

آفة الخطباء:

ومن أكبر آفات المتكلمين في الناس عند الاستشهاد بالقصص والأحاديث النبوية:

عدم ضبط درجة الحديث؛ هل هو صحيح أو ضعيف؟ أم موضوع مختلق لم يرد في أي كتاب سنة معتمد؟ وكثيراً ما نجد على البيوت والمساجد، وعلى المكاتب في المصالح الحكومية، وغيرها: أوراق فيها: **(قال رسول الله ﷺ)**، ثم كلام لا يستقيم مع كلام النُّبوة إذا قيس به؟**!**

رُوِيَ وزعموا!؟

ويحاول البعض أن يخرج من هذا المأزق بأن يقول: رُوِيَ، أو زعموا... وتعالوا نسأل النبي ﷺ عن رأيه في (زعموا):

قال أَبو مسعُودٍ لأبي عبد الله حذيفة -أو قالَ أَبو عبد الله لأبي مسْعُود-: ما سمعْتَ رسُول الله ﷺ يقول فِي زَعَمُوا؟ قَالَ: سمعتُ رسُولَ الله ﷺ يقول: **«بئسَ مَطيَّةُ الرجُلِ: زعموا!»**. رواه أبو داود.

---

(١) محاضرة: "أيُّ الغادين أنت؟"، للشيخ علي القرني.

٣- ومن كلام السلف الصالح:

نختار ما بدت حكمته، وصحت نسبته.

٤- ومن كلام علماء العصر:

نختار ما شخص المرض، وحدد العلاج، وتدفقت مشاعره.

٥- ومن الشعر لحكمة:

وليس أدل على أهمية الشعر في نصر العقائد وترويجها إلا بيان دوره في إسعاف أهل البدع وترويجها لدى العوام، وذلك مضادة لمساعي ابن تيمية وتلامذته عندما انبروا لتفنيدها ودمغها بحجج السُّنَّة الغراء، "ولا ريب أن منطق ابن تيمية القوي أثّر أثره، ولكن جفاف المنطق لا يقوى على مقاومة نضرة الشعر وفتنته"؛ كما يقول محمد إقبال[1]، وهو كما قال، فإن الذي قلل من سريان كلام ابن تيمية في أوساط العامة؛ هو ما كان عليه أئمة الضلال الداعين إلى البدع من روعة البيان، ورِقَّة الشِّعر، وتمكنهم فيه؛ حتى سحروا قلوب الناس بشعرهم من حيث لا يشعرون، ولم يتهيأ لابن تيمية شاعر مبدع يسانده.

كتيبة الشعراء:

ولقد كان لرسول الله ﷺ ثلاثة رجال يُشكّلون كتيبة الشعراء عنده، هم: عبد الله بن رواحه، وكعب بن مالك، وحسان بن ثابت ﷺ، وكان ﷺ يأمرهم فيقول: «**اهجُوا قُرَيشاً؛ فإنَّهُ أَشدُّ عَليهَا مِن رَشقٍ بالنبلِ**». رواه مسلم.

ولقد احتكر لواء الشعر في عصرنا هذا الكثيرون من الذين قال فيهم الله -تعالى-: ﴿وَالشُّعَرَاء يَتَّبِعُهُمُ الْغَاوُونَ * أَلَمْ تَرَ أَنَّهُمْ فِي كُلِّ وَادٍ يَهِيمُونَ﴾[الشعراء: ٢٢٤-٢٢٥]، فلا بد للمتحدث من الاختيار الجيد من وضع كل بيت في موضعه.

كيف ترتب؟

١ - كيف تصنع أرشيفك الخاص؟

C أكتب في ورق صغير وقصاصات متفرقة ما تنتقيه.

C ليكن عندك مجموعة من المظروفات الكبيرة، مكتوب على كل واحد منها رأس موضوع

---

(١) كتاب "محمد إقبال"، لعبد الوهاب عزام، (ص٥٢).

كبير.

C **ضع** في المظروف ما يقابلك من قصاصات متعلقة بالموضوع.

C **يمكنك** تقسيم المظروف المنتفخ إلى موضوعات فرعية، مثال الصلاة: الخشوع في الصلاة، قيام الليل، فقه الصلاة.

C **اكتب** في قصاصات متفرقة صغيرة الحجم؛ ليسهل ترتيب المعلومات.

C **قد تكون** المعلومة صفحة من كتاب في مكتبتك (اكتب رقمها، واسم لكتاب).

٢- **احرص على الاطلاع** في مكتبتك الخاصة وترتيبها موضوعيّاً، وأن تكون فصولها واضحة لديك.

٣- **اقتن كتب الفهارس**؛ وخاصة للمراجع والأمهات.

٤ - **حبذا لو قمت** بعمل فهرس لبعض كتبك الهامة.

٥- **هناك كتب** (مختارات) قام أصحابها بالمهمة السابقة وطبعوها في كتب، هي مفيدة وحيدة، ولكن لا تغنيك عن أرشيفك الخاص.

٦- **وهناك كتب** في التحليل الموضوعي للقرآن وللسنة، اقتن منها؛ فقد تسعفك في خطبة سريعة لا وقت لتحضيرها.

الحفظ:

يقول كارنيجي -المؤلف الأمريكي- في كتابه "فن الخطابة": "إن جامعة الأزهر في القاهرة هي واحدة من أضخم الجامعات في العالم، إنها مؤسسة إسلامية يزيد عدد طلابها عن العشرين ألفاً.

يتطلب الالتحاق بها من الطالب أن يُرتل القرآن غيباً، والقرآن هو بحجم الإنجيل (العهد الجديد)، ومن المفروض أن تستغرق قراءته ثلاثة أيام!!".

ووضع كارنيجي علامة تعجب واحدة، متعجباً من قدرة شباب المسلمين على حفظ هذا القرآن، ووضعت أنا الثانية؛ متعجباً من الداعية الذي لا يحفظ من سور القرآن، وأقلها على ما أظن خمسة أجزاء.

ثم من السُّنَّة؛ وأقلها "الأربعين النووية"، مع مطالعة مستمرة في "رياض الصالحين".

كيس الكتب:

وتذكر قصة أبي حامد الغزالي مع قاطع الطريق؛ الذي سلب منه كل شيء إلا كيساً كبيراً، أَبَى الغزاليُّ تسليمه؛ فأصر اللصُّ أن يسلبه، فقال الغزالي: إن فيه كل ما تعلمت من العلم؛ لو سلبته مني لعدت جاهلاً!

فتعجب اللص منه، ولامه بشدة أنه لم يحفظه، وتعلم منه الغزالي أن يحفظ العلم، ولا يكتفي بالكتاب.

فاحرص على الحفظ من ثقافتك؛ ليسهل عليك إعداد وحفظ خطبتك.

/ / /

الباب الثاني: الإعداد الذكي

❉ أنواع الخطب والكلمات .

❉ نصائح لتختار موضوعك .

❉ اجعل لحديثك هدف واضح ومحدد .

❉ الإعداد الذكي:

Û التعامل الذكي مع الجمهور.

Û مكان الإلقاء.

Û أسلوب الإقناع المناسب.

❉ نموذج لورقة إعداد خطبة أو كلمة .

❉ صورة إجمالية لعملية الخطابة والحديث .

❉ مكونات الخطبة أو الكلمة:

Û طريقة د. طارق السويدان.

Û طرق متنوعة.

❉ التحضير لموضوع الخطبة أو الكلمة:

Û جمع المعلومات.

Û تنظيم الأفكار وترتيبها.

Û فن كتابة الموضوع.

❉ دور العبارات والكلمات .

❉ أشكال كتابة الموضوع.

❉ فوائد للخطيب والمتحدث الطموح.



G أنواع الخطب والكلمات[1] G

Y **ويمكن تقسيم خطب الجمعة والدروس والكلمات عدة تقسيمات، منها:**

أولاً: ما توافق مناسبات مهمة، وما لا توافق مناسبة.

القسم الأول: جمعات توافق مناسبات مهمة، وهذه المناسبات على نوعين:

1 أ- مناسبات طارئة:

كحدث يحصل في الحي أو البلد، واشتُهر وعرفه الناس؛ فهم ينتظرون من الخطيب رأيه فيما حدث، ومنها -أيضاً-: قضايا المسلمين التي تشتعل بين حين وآخر.

D **وينبغي للخطيب أن يعالج مثل هذه الموضوعات معالجة شرعية؛** تبين حجم القضية الحقيقي بلا مبالغة ولا تهوين، ومن ثم يُبين موقف المسلم في هذه القضية، وما يجب عليه تجاهها، فلا يكفي مجرد عرضها.

1 ب- مناسبات متكرره بتكرر الأعوام؛ كرمضان، والحج، وعاشوراء، والتحذير من البدع المحدثة، ونحوها.

وهذه المناسبات مريحة عند كثير من الخطباء؛ إذ لا يحتاجون إلى إعداد خطب جديدة في موضوعاتها، ولربما حفظ الناس خطبهم فيها من كثرة ترديدها، وأصابهم الملل منها!

بيد أن هذه المناسبات تقلق من يهتمون بخطبهم، ويحبون التجديد في موضوعاتها، ويودون إفادة الناس بكل وسيلة ممكنة.

ولتلافي التكرار في كل عام: يمكن تفتيت الموضوع الواحد إلى موضوعات عدة، في كل عام يطرق الخطيب منها موضوعاً.

وأضرب مثلاً لذلك؛ فبالمثال تتضح الصورة:

درج الخطباء في ثالث جمعة من رمضان على الحديث عن غزوة بدر الكبرى، ويُقدمون لها بمقدمة عن نصر الله -تعالى- لعباده، وكون رمضان شهراً للانتصارات والأمجاد، ويسردون عدداً من المعارك التي وقعت في رمضان: غزوة بدر، وفتح مكة، وعين جالوت، وفتح الأندلس، ونحوها،

(١) "كيف تختار موضوع الخطبة؟"، إبراهيم الحقيل، "مجلة البيان" (٢٠٩).

ثم يخصصون الخطبة بكاملها عن غزوة بدر، وهكذا في كل عام.

ومن الممكن لتلافي التكرار جمع الغزوات والأحداث الكبرى التي وقعت في رمضان، واختيار واحدة منها في كل عام للحديث المُفصّل عنها، ويمكن -أيضاً- تفتيت الغزوة الوحدة إلى عدة موضوعات، في كل عام يطرق جانباً جديداً منها، فغزوة بدر -مثلاً- إنشاء خطب عدة منها، كل واحدة تتناول جانباً مختلفاً؛ فتكون مجموعة من الخطب موضوعاتها كالتالي:

١ - سرد أحداث الغزوة كما في كتب السير، وهذا يعمله أكثر الخطباء كل عام.

٢ - وصف حال المسلمين قبل الغزوة (الهجرة، المطاردة، المحاصرة، الضعف، القلة، الخوف)، وحالهم بعدها (ارتفاع معنوياتهم بالنصر، عزّ الإسلام، قوة المسلمين، رهبة اليهود والمنافقين).

٣- وصف حال الفريقين المتقابلين:

حال المؤمنين: (الدعاء، الحماس للقتال، بوادر التضحية والفداء، التعلق بالله -تعالى-).

حال المشركين: (الكبرياء، محادة الله ورسوله، الاعتداد بالنفس، الاغترار بالكثرة، ممارسة العصيان، شرب الخمر، وغناء القينات -كما هو قول أبي جهل-).

٤ - تأييد الله ﷻ لعباده المؤمنين: (النُّعاس، المطر، قتال الملائكة معهم -وفيه عدة أحاديث صحيحة-، الربط على قلوبهم، تقليل العدو في أعينهم، وخذلان الكافرين).

٥- الحديث عن مصير المستكبرين حيال دعوة الأنبياء عليهم السلام، ويكون صرعى بدر من المشركين نموذجاً على ذلك؛ بذكر مجمل سيرتهم الكفرية وعنادهم، ثم ما جرى لهم؛ وفيه قصص مبكية من السيرة.

فهذه خمسة مواضيع؛ كل واحد منها يصلح أن يكون خطبة مستقلة، وهذه الموضوعات الخمسة في غزوة واحدة، ومن تدبر فيها أكثر استخراج موضوعات أخرى، وهكذا يقال في بقية الموضوعات؛ تطرح من جوانب متعددة، كل جانب فيها يكون خطبة؛ مما يكون سبباً في إثراء المشروع الخطابي للأمة، وإفادة السامعين، والتجديد في الموضوعات التي يلقيها الخطيب.

القسم الثاني: جُمعات لا توافق مناسبات معينة:

وهذه هي الأكثر، ويستطيع الخطيب أن يضع لها مخططاً يسير عليه، ويشتمل هذا المخطط على موضوعات عدة، وفي فنون مختلفة.

ومن فوائد ذلك:

١ - **عدم حيرته في اختيار موضوع الخطبة**؛ ولا سيما إذا ضاق الوقت عليه.

٢ - **نضج الموضوعات التي يطرحها**؛ إذ قد يمر عليه شهور وهي تدور في ذهنه وفكره، وكلما حصل ما يفيده فيها من مطالعاته وقراءاته قيّده، أو استذكره.

٣- **سهولة بحثه عدة موضوعات**؛ إذا كانت في فن واحد، وتوفير كثير من الوقت؛ فمثلاً إذا كان في خطته خمسة موضوعات في العقيدة؛ فإن جلسته لبحث واحد منها كجلسته لبحثها كلها؛ إذ إن مصادرها واحدة، ومظانها متقاربة.

٤ - **التنويع على المصلين، وعدم إملالهم.**

ويمكن تقسيم الموضوعات إلى أقسام كثيرة، يختار في كل جمعة منها قسماً للحديث عن موضوع من موضوعاته، ومن تلك الأقسام:

١- **العقيدة، وما يتعلق بها: وفيها موضوعات كثيرة**، وكل موضوع منها يمكن استخراج عدد من الخطب فيه، ومن طالع المطولات من كتب العقيدة تبين له ذلك.

٢- **العبادات: وهي -أيضاً- باب واسع**، وليس المعنى: سرد الأحكام أو الإفتاء، ولكن المقصود: تصحيح بعض الأخطاء فيها، وبيان فضائلها، والحث على المهجور منها.. وهكذا.

٣- **المعاملات: وفيها موضوعات كثيرة -أيضاً-**، ولا سيما أن كثيراً من صورها يتجدد.

٤- **نصٌّ من الكتاب أو السُّنَّة: فيختار آية أو سورة قصيرة أو حديثاً**، ويذكر ما فيه من الفوائد؛ مع ربطه بواقع الناس ومعاشهم، ولا يكون مجرد سرد للفوائد.

وقد لاحظت أن لذلك أثراً عظيماً؛ حتى كأن الناس لأول مرة يستمعون إلى هذه السورة أو الآية، أو لأول مرّة يسمعون هذا الحديث مع أنه مشهور، ولكن لأن فهمهم له كان خاطئاً، أو لأن الخطيب عرض لهم استنباطات جديدة، ومعان مفيدة لم يعلموها من قبل.

٥- **الأخلاق والآداب: وهي باب طويل عريض**، وفيه كتب متخصصة كثيرة، متقدمة ومتأخرة.

٦- **من قصص القرآن والسُّنَّة: وهذا يمكن أن يلحق بفقرة (٤)**، ويمكن أن ينفصل عنها، ويكون هنا خاصاً بالقصص، وما سبق ذكره في غير القصص.

٧- السِّيَر والتراجم: يختار شخصية بارزة، ويلقي الضوء على صاحبها، وأسباب بروزه واشتهاره، والاستفادة من أقواله وسيرته؛ سواء كان من الصحابة ﭬ، أم من التابعين لهم بإحسان، أم من العلماء المشاهير -قديماً وحديثاً-.

٨- السِّيرة النبوية، ومعارك الإسلام: يختار حديثاً أو معركة يتحدث عنها أو عن جانب منها، ويستخرج من ذلك الدروس والعبر.

٩- موضوعات فكرية: ويذكر فيه المستجدات من الأفكار والمصطلحات والأحداث، وموقف الشرع منها؛ كالديمقراطية، والعلمانية، والحداثة، والحضارة الغربية؛ وموقف المسلم منها.

١٠- الفتن والملاحم، وأشراط الساعة: وكل فتنة أو ملحمة أو علامة من علامات الساعة الكبرى صالحة لأن تكون خطبة مستقلة، بل ربما أكثر من خطبة؛ لغزارة ما فيها من نصوص ومعلومات شرعية.

١١- القيامة وأحوالها: وفيها من الموضوعات شيء كثير: الصراط، الميزان، البعث، الحساب، القنطَرة، الحشر، الديوان... كذلك: الجنة والنار، وفيهما موضوعات كثيرة: وصفهما، وصف أهلهما، أعمال أهلهما، الطريق الموصلة إليهما.

١٢- المواعظ والرقائق: وهو باب واسع -أيضاً-.

هذه بعض الموضوعات الكلية، ويمكن تقسيم كل موضوع منها إلى موضوعات جزئية في كل موضوع منها خطب كثيرة.

فالخطيب إذا عمل هذا التقسيم، ورتبه في خطة محكمة؛ بحيث يتعرض في كل جمعة لموضوع من هذه الموضوعات استفاد الفوائد التي ذكرتها آنفاً، إضافة إلى أنه يعلم الناس مجمل الشريعة، ويطلعهم على ما يحتاجون إليه في معادهم ومعاشهم، ويريح نفسه بحصر ذهنه عن الاختيار في موضوع واحد بدل التشتت في موضوعات كثيرة.

a **ثانياً: بحسب تحديد موضوع محدد أو مطلق[(١)]:**

الوضع الأول: تواقر حرية الاختيار: في بعض المناسبات أو التجمعات واللقاءات

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص١٥٢).

الاجتماعية؛ تتاح الفرصة لك بأن تختار الموضوع الذي تتحدث فيه؛ دون تقيد بموضوع معين، وعندما تتاح لك حرية الاختيار؛ فهناك معياران ينبغي عليك وضعهما بين الاعتبار عند بحثك عن موضوع تقدمه للناس، وهما:

١ - إشباع حاجات الناس: ابحث عما يهم الناس، ويشبع حاجاتهم، فحينما يحضر مجموعة من الناس إلى المكان الذي ستقدم فيه حديثك أو كلمتك؛ فإن لديهم احتياجات وتوقعات، وقد حضروا لسبب ما، ونجاحك سيعتمد على تحقيق أكبر قدر من تلك الاحتياجات والتوقعات.

ولكي يكون حديثك مقبولاً لدى الحضور فينبغي أن تعطي مبرراً وسبباً وجيهاً لهم لكي يستمعوا لك.

وعليك أن تدرك أن وقت الحضور -أيضاً- ثمين، فالمعتاد أن الحضور يفكرون بأنفسهم باعتبارهم بشر.

وتأكد بأن كل فرد منهم يتساءل بينه وبين نفسه: ما الذي يخصني من هذا الموضوع؟ وعليك أن تجيب على ذلك باختيار موضوع يهم أغلب الشريحة التي ستتحدث أمامها وتعطيها مبرراً للاستماع.

حاول أن تضع نفسك في مكان الحضور، وتخيل أنك ستحضر هذا اللقاء أو الندوة أو الاجتماع؛ فما الذي تهتم به؟

أثناء التحضير..

- **ما هي حاجاتهم؟**
- **وما هي اهتماماتهم؟**
- **هل سيوفرون المال والوقت؟**
- **هل سيمنحهم صحة؟**
- **أرِهم كيف يستفيدون!**
- **وما هي الفوائد التي سيجنونها؟**
- **اجعل ما تريد التحدث عنه ينال اهتمامهم وعنايتهم.**

وهذا ينقلك من التفكير والتركيز على ما يهمك إلى التركيز على ما يهم الجمهور.

ويساعدك التفكير بهذه الطريقة أن تستهدف الجمهور الصحيح، فعلى سبيل المثال: عندما يتحدث طبيب الأسنان لمجموعة من الآباء والأمهات عن تسوس أسنان الأطفال والوقاية منه؛ تختلف عن طريقة إعداده لكلمة سيلقيها في ندوة طبية خاصة بالأمراض التي تصيب الأسنان

والحضور من الأطباء، فالكلمة الثانية ستكون أكثر علمية.

٢- التحمس: في الوقت نفسه يجب أن تختار موضوع أنت متحمس لطرحه؛ لما لذلك من فوائد عديدة، فهو من جهة: ينسيك الارتباك والخوف من مواجهة الحضور، ومن جهة أخرى: يعطي أداءك نكهة خاصة، ويبعد أسلوبك عن الرتابة.

الوضع الثاني: الإلزام بالتحدث عن موضوع معين:

أحياناً تجد نفسك مضطراً للتحدث عن موضوع بعينه، وعلى سبيل المثال: حينما تُكلَّف بالتحدث عن موضوع في مجال عملك، أو عن تخصصك، أو أن الندوة التي ستشارك فيها؛ تدور حول موضوع بعينه.

ففي هذه الحالة حاول أن ترفع درجة التحمس لديك؛ لتعوض عن عدم إمكانية الاختيار، وذلك بالتفاعل مع هذا الموضوع؛ بحيث يظهر تأثيرك فيه، وتستطيع نقله إلى الحضور.

a ثالثاً: بحسب الموضوع والغاية: تقسم الخطبة والحديث إلى ثلاثة أنواع هي[1]:

أ- خطب إعطاء المعلومات. ب- خطب الإقناع. جـ- خطب المناسبات.

أولاً: خطب إعطاء المعلومات:

وهي تلك الخطب التي تهدف إلى شيء من الأمور الآتية:

١) الإيضاح. ٢) التقرير. ٣) الوصف. ٤) الشرح.

٥) التعريف. ٦) البيان. ٧) التدريب. ٨) التعليم.

٩) المقابلات. ١٠) إعطاء الشهادة أمام القضاء.

والهدف من هذا النوع من الخطب أو الكلمات: إيصال المعلومات؛ بحيث يفهمها المستمعون؛ حيث يُمكنهم الإستفادة منها.

نصائح لإعطاء المعلومات:

١- ضع نقطة رئيسة لكل (١٥) دقيقة.

٢- اربط كلّ حديثك بالموضوع الرئيسي.

٣- اختر نقاطاً رئيسة حسب الوقت المتاح في كل محاضرة (٣- ٥ فقط).

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (٤٧).

٤- ليس الهدف تغطية أكبر قدر من المعلومات؛ وإنّما تغطية أهمّ النّقاط، ألغِ المملّ أو البديهي، واختصر المقدمات.

٥- لا تكرر ما قاله المحاضرون قبلك؛ حتى لو كان جزءاً من حديثك؛ بل مرّ عليه بسرعة.

٦- رتّب المعلومات زمنياً أو حسب الأهمية فهذا أفضل.

٧- كُن دقيقاً في إعطاء المقاييس والمعلومات التقنيّة.

٨- استعمِل وسائل الإيضاح المناسبة للأمور المعقّدة.

٩- استعمل أسلوب فرق العمل في الدورات.

ثانياً: خطب الإقناع:

والمقصود بها: التأثير على الأفكار أو الاتجاهات لتغييرها أو تغيير السلوك.

وذلك من خِلال إحدى طرق الإقناع الرئيسة التالية:

١ - استعمال ثقة الناس بك.

٢ - التأثير العاطفي.

٣ - استخدام المنطق.

أنواع خطب الإقناع:

إثبات الحقائق	إثباتُ الأفضليّة	إقرار سياسة
المرشح للانتخابات كان دائماً نصير الفقراء، والدليل..	هذا المنتج أفضل من جميع المنتجات الأخرى؛ لأنه..	يجب ألا تشتري منتجات الدولة الفلانّية؛ لأنها..

حتّى تحقق هدفك في إقناع الآخرين:

١- لا شيء يُقنع كالحقيقة الواضحة؛ فابدأ بالحقائق.

٢- اتعب في جمع المعلومات واحتفظ بها في أرشيفك؛ فقد لا تجده لاحقاً (اجمع ثم انتق).

٣- تأكد من المصادر ودقّة المعلومات، ومناسبتها للموضوع وللحضور (اختر بعناية).

٤- الخطبة المتميّزة تجمع بين المنطق والعاطفة.

٥- تستخدم في حل المشكلات، والحملات الانتخابية، وما شابه.

أنصحك..

D ١) اعرض موضوعك كقصة.

D ٢) لا تُغرق جمهورك بالإحصاءات.

D ٣) كُن مرَناً حسب الجمهور.

D ٤) اعرض ولا تخطب.

D ٥) انتبه لانفعالات الجمهور.

D ٦) لا تكُن مشدوداً أو منفعلاً.

D ٧) لا تلو عُنُق الحقيقة.

D ٨) كن محدَداً في أدلَتك.

D ٩) لا تَعِد بما لا تستطيع الوفاء به.

ثالثاً: خطب المناسبات الإجتماعية:

والمقصود بها: تلبية حاجة اجتماعية لأجل بناء العلاقات، مثل:

١ - التّرحيب.

٢ - التّهنئة.

٣- النعي.

٤ - ختام حفل.

٥ - ترشيح شخص.

٦ - ترشيح شخص.

٧- التعريف بشخص.

٨- جمع التبرعات.

٩ - حفلات التّخرج.

١٠ - التكريم (المدح، الشكر).

١١ - افتتاح (وضع حجر أساس).

١٢ - توزيع شهادات التقدير.

١٣ - التقاعد (ترك العمل).

١٤ - تعيين مسؤول جديد.

الهدف (خصائص):

أ- هذا النوع من الحديث مختصر في العادة.

ب- يؤدي إلى دور أفضل في بناء العلاقات.

جـ- الحضور فيه لا يهدفون للتعلم؛ وإنما للمشاركة في المناسبة من ناحية اجتماعية فقط.

مواصفات موضوع خطب المناسبات:

١- مناسب للتحدث.

٢- مناسب للحضور.

٣- فيه إبداع.

٤- مثير ولكن لا يصدم.

٥- متفائل.　　　　٦- غير معقّد.

٧- شخصيّ أو اجتماعي.　　٨- فيه فكرة جادّة واحدة على الأقل (لكن لا تحوّل الموضوع إلى الجدية التامة).

(الوصية الاثنا عشرية) في خطب المناسبات:

١ - **لا تتكلف إضحاك الناس في المناسبات.**

٢ - **ركز على صفات محدّدة** (دور فلان في مساعدة المحتاجين).

٣- **لا تتكلم عن نفسك،** بل عن الموضوع (لا تقل: سعدتُ بالترحيب الذي تلقّاه فلان، بل قل مثلاً: فلان أسعده الترحيب الكبير، أو كلّنا أسعدنا الترحيب).

٤ - **تكلّم بإخلاص وعاطفة.**

٥ - **انتبه لمستوى صوتك،** واحرص أن يكون مسموعاً للجميع.

٦ - **ركّز على أهمّ الحقائق،** ولا تُهمل شيئاً منها.

٧ - **استعمل القصص المثيرة والمؤثرة؛** لا سيما تلك التي رأيتها بنفسك.

٨ - **اربط الجميع بالموضوع** (القدماء والجدد)، ولا تتحدّث للقدماء فقط.

٩ - **استشهد بكلمات بعض الحضور،** وخاطبهم بأسمائهم.

١٠ - **اختم بكلمة مؤثرة:** (والآن صار جزءاً من التاريخ، واليوم نذكره ونفتقده؛ ولكنّنا لن ننساه).

١١ - **كُن فرحاً ومتفائلاً؛** حتى تؤثر على الآخرين.

١٢ - **أوجِد شعوراً طيباً لدى الحضور.**

G نصائح لتختار موضوعك[١] G

١- أن تختار الموضوع في وقت مبكر؛ فإن تأخير اختيار الموضوع إلى ليلة الجمعة وربما يومها يؤدي بالخطيب إلى أن يقرر أي موضوع يخطر في باله، وربما لا يكون مقتنعاً به القناعة التامة، إضافة إلى أنه لا يترك له فرصة كافية للتحضير والتفكير في عناصر الموضوع ومحاوره، ويعاني الكثير من الخطباء من هَمِّ اختيار الموضوع؛ فيُقترح إعداد قائمة متنوعة من الموضوعات، يختار بعد ذلك من بينها.

٢- التفكير الجيد في الموضوع؛ بل وطول التفكير فيه؛ وهذا يستوجب الاختيار المبكر له.

يقول (دايل كارنيجي) في كتابه "فن الخطابة": "حدد موضوعك مسبقاً؛ حتى يتسنى لك الوقت للتفكير به مراراً.

فكّر به طيلة سبعة أيام، واحلم به طيلة سبعة ليال، فكّر به أثناء خلودك إلى الراحة، وفي الصباح، وأنت تستحم، وفي طريقك إلى المدينة، أو بينما تنتظر المصعد، وعندما تكوي الثياب، أو حين تطهو الطعام.

وناقشه مع أصدقائك، واجعله موضوع حديثك، واسأل نفسك جميع الأسئلة الممكنة التي تتعلق به".

٣- أن يكون الموضوع عن قناعة لا تمليها ضغوط الشارع، أو المناسبة، أو جهة معينة، مع الترفع عن الإثارة العاطفية.

٤- التنويع في الموضوعات والمجالات وعدم التركيز على جانب واحد، فينبغي أن تشتمل موضوعات الخطيب: الحديث عن مشاكل الناس الاجتماعية، وحلولها، وعلى بيان واقع الأمة، والمؤامرات عليها، وعلى الحديث عن الأخطاء المتفشية بين الناس، وعلى بيان العقيدة وتعليمها للناس، وعلى بيان ما يحتاجه الناس من أحكام عباداتهم ومعاملاتهم، وعن الرقائق والوعظ، وتذكير الناس.

---

(١) "حتى نستفيد من خطبة الجمعة"، د. محمد الدويش.

وباختصار ينبغي أن تشمل على كل ما يحتاج المسلم أن يعرفه في شؤون حياته.

وقد تجد البعض من الخطباء يركز على جانب الوعظ دون سواه، والآخر على الجانب السياسي، والثالث على الجوانب الاجتماعية... وهكذا.

إن هناك فئة غير قليلة من المسلمين لا يتلقون العلم إلا من خلال خطبة الجمعة، وإن تحقيق التكامل والتنوع في موضوعات الخطبة يهيئ لهؤلاء حَدّاً أدنى من الثقافة الشرعية.

والملاحظ[١] **أن كثيراً من الخطباء** تنحصر خطبهم في موضوعات قليلة، ولربما أن بعضهم لم يتعرض لموضوع من الموضوعات الكلية المهمة طيلة حياته الخطابية التي قد تمتد إلى عشرات السنوات، والسبب أن كثيراً من الموضوعات قد تغيب عن باله؛ إذا لم يكن لديه خطة مكتوبة يسير عليها.

ومن الملاحظ -أيضاً- : أن كثيراً من الخطباء يطرح موضوعات عامّة؛ لا يتأثر بها المصلون، ولا يتفاعلون معها، ولربما كانت معلوماتهم فيها أثرى من معلومات الخطيب!

فمثلاً في الحديث عن القيامة وأحوالها تجد أن كثيراً من الخطباء يريدون استيعاب يوم القيامة بأحواله، وما يجري فيه في خطبة واحدة؛ وهذا غير ممكن، ويؤدي إلى التطويل والتشعب والمشقة على السامعين، كما يؤدي إلى العمومية والسطحية في الطرح، وضعف المعالجة -كما هو مشاهد-.

فيوم القيامة كألف سنة مما تعدون؛ كما هو نص القرآن، فكيف يريد الخطيب أن يختزل الحديث عن أحداث ألف سنة في نصف ساعة أو أقل؟!

لكن لو قسم أحواله وأهواله، وخصّ كل حال منها بخطبة؛ لكان أعمق في طرحه ومعالجته، وأوسع في معلوماته، وأكثر فائدة وتأثيراً في السامعين، وهكذا يقال في بقية الموضوعات.

٧ تتابع الخطب في موضوع واحد:

يحلو لبعض الخطباء التركيز على موضوع من الموضوعات العامة، وعمل خطب كثيرة فيه تطرح تباعاً لفترة تطول أحياناً وتمتد إلى سنوات، وتقصر أحياناً بحسب ما عنده من مادة علمية في الموضوع الذي يطرحه.

---

(١) "كيف تختار موضوع الخطبة؟"، إبراهيم الحقيل، "مجلة البيان"، العدد (٢٠٩).

وكثير ممن يختطُّ هذه الطريقة ينوه في آخر الخطبة بأنه سيكمل بقية الموضوع في الخطبة التالية.

ويرى أصحاب هذا المسلك أنه مفيد من جوانب عدة:

R **أ- تشويق السامعين إلى الجمعة القادمة.**

R **ب- ربط موضوعات الخطب بعضها ببعض.**

R **جـ - أن طرح موضوع كلي بهذا التسلسل أنفع للناس.**

فتكون الخطبة درساً علميّاً؛ إضافة إلى كونها خطبة.

وأعرف من الخطباء من حصر خطبه في التفسير فقط سنوات عدة؛ قد تزيد على عشر سنوات، وغيره حصرها في السيرة النبوية.. وهكذا، وبعضهم يأخذ جانباً معيناً؛ كموضوع تربية الأولاد، أو أشراط الساعة، أو نحو ذلك، ويخطب فيه عشر خطب متتابعة أو أكثر، ثم ينتقل إلى موضوع آخر.

٥- عادة المواضيع لا تخرج عن الأهداف التالية(١) **:**

" **أ- زيادة علم الحاضرين**؛ كاختيار درس في "بيان صور الشرك في واقعنا المعاصر"، أو "صفات عباد الرحمن"، أو كلمة عن "خطورة الفكر العلماني".

" **ب- تغيير المفاهيم الخاطئة؛ فيختار المُلقي** بعض المفاهيم الشائعة الخاطئة؛ فيصحح كل مفهوم بحسبه.

ومن أمثلة ذلك:

p **المفهوم الخاطئ حول "الدِّين يسر".**

p **المفهوم الخاطئ حول "البدعة، وتقسيمها إلى حسنة وسيئة".**

p **المفهوم الخاطئ حول "هلك المتنطعون".**

" جـ - تحفيز المستمعين على أعمال الخير؛ فيذكر المُلقي عدداً من الفضائل لذاك العمل؛ مما يزيد الحاضرين ترغيباً على المداومة عليه.

ومن أمثلة ذلك:

o **الترغيب بـ (المحافظة على صلاة الفجر جماعة).**

---

(١) "مهاراتك الشخصية"، عادل العبد العالي، (ص٢٩).

o الترغيب بـ (الإنفاق على الفقراء).

o الترغيب بـ (كثرة النوافل).

" **د- تنفير المستمعين من المعاصي والأخطاء؛ فيذكر المُلقي** عدداً من الأمور التي تردع الحاضرين عن الوقوع في الأخطاء والمعاصي ومن ذلك تذكيرهم بأحاديث الترهيب وعواقب الأخطاء.

ومن ذلك:

Z الترهيب من (الغيبة والنميمة).

Z الترهيب من (قطع الأرحام).

Z بيان مخاطر (مقاهي الإنترنت).

٦- قوّة المتحدث العلمية، وفهمه للمواضيع؛ فلا يَحسُن اختيار موضوعٍ لا يطبقه المُلقي ولا يدركه، فيتكلم بغير فهم، ويخبط خبط عشواء؛ فيظهر عواره، وتنكشف أوراقه؛ فيُعاب عليه.

وإن كان الموضوع شرعيّاً؛ فقد يأثم بذلك؛ لأنه قال على الله بغير بصيرة، ووقع في المحذور.

٧- خلفية الحاضرين العلمية وقدراتهم العقلية؛ فإن من تمام الحكمة: أن يُخاطب الناس بحسب ما يعقلون.

٨- تقديم الأهم على المهم؛ فقد يكون من الأنفع للمستمعين أن تختار لهم موضوعاً يتعلق بقضايا العقيدة ومسائل الإيمان، وهذا أهم معلوم؛ لأنه علم بالله وحقوقه.

وقد يكون اختيار موضوع فقهي أهم من حديثٍ في تصحيح بعض المفاهيم الفرعية؛ وبخاصة إذا كانت هذه المسائل الفقهية من فروض الأعيان.. ويمكن استشارة أهل العلم في ما هو المناسب وتحديد ما هو الأهم، ثم تقديم ذلك على غيره من الموضوعات المهمة.

٩- ومما يُعين على حُسن الاختيار:

أ- النظر في أسماء الكتب والرسائل وفهارسها.

ب- النظر في أسماء الأشرطة الإسلامية.

جـ- متابعة المقالات الجادة والبحوث الدورية في المجالات الإسلامية.

د- الاستفادة من الحوادث النازلة في تقرير مسائل نافعه حولها.

هـ- مُراعاة مناسبة اللقاء وزمانه.

فغالباً ما تكون اللقاءات لمناسبة معينة، ومن أمثلة ذلك:

@ **لقاء مع العامة على وليمة؛ فهنا يحسُن إلقاء موضوع يتناسب مع ثقافتهم، ويكون مُهماً بالفعل في واقع حياتهم**، على ألا يتجاوز النصف ساعة أو نحوها، فليس هذا اللقاء محاضرة أو درساً في أصله، والناس يحبون تبادل أطراف الحديث مع بضعهم البعض في مثل هذه الولائم.

@ **لقاء مع شباب في رحلة؛ فيحسُن -والحال كذلك- اختيار موضوع سهل المعاني،** ويطرح بأسلوب يتناسب مع ثقافتهم، ومعلومٌ أن طبيعة المخيمات تحتاج إلى بذل جسدي يصعب معه التركيز على الموضوعات العميقة.

@ **لقاء مع طلاب في مدرسة؛ ويقال فيه ما قيل في اللقاء السابق**، وذلك أن الطلاب صغار السن يعيشون حصص دراسية متتابعة، فإذا جاءت المحاضرة أو الكلمة ثقيلة عميقة المعاني؛ أصابهم الخور والتعب من كثرة ما يُلقى عليهم، ولذا -غالباً- ما يلجئ المتحدثون مع الطلاب إلى الاستئناس بالقصص وبعض الطُرف اليسيرة، إضافة إلى الأسئلة، وتحريك الأذهان بذلك.

G اجعل لحديثك هدف واضح ومحدد[١] G

"**إن الحديث هو رحلة ذات هدف،** ولا بد من رسمها على ورق، وإن الشخص الذي يخرج دون تحديد وجهته لن يصل إلى أي مكان". ديل كارنيجي.

كم من المرات جلسنا نستمع لكلمات طويلة؛ ولكن دون أن نفهم مغزاها!! لأن المتحدث يأتي بالفكرة ثم يناقضها، أو يقدم الموضوع دون ترتيب منطقي لتسلسل الأفكار، أو قد يطرح فكرة معينة نقطة نسي ذكرها سابقاً، أو قد يغرق في تفاصيل دقيقة تخرج به عن صلب الموضوع...

والسبب الرئيس لفشل المتحدث في التركيز على موضوعه هو: عدم وضوح الهدف من الكلمة أو العرض في ذهنه؛ مما يجعل المستمعين يتساءلون عن الرسالة والمغزى من هذا الحديث.

وحتى تتجنب حدوث مثل هذا الخلط العجيب؛ ينبغي عليك تحديد هدفك الذي تسعى إلى تحقيقه من تقديم حديثك أو عرضك أو محاضرتك.

فالهدف هو الذي جعلك تتحدث للحضور أصلاً، وهو وجهتك، فإذا لم تعرف أين تذهب؛ فمن باب أولى أن المستمع لن يعرف ذلك!

ولا يمكنك التحدث عن جميع جوانب الموضوع في حديث واحد وفي وقت محدود، وبمعنى آخر: أنه ليس من المناسب إدخال كل فكرة تدور في ذهنك عن الموضوع الذي ستتحدث عنه.

وقد تسأل.. لماذا؟

فنجيبك بالقول: إنك إذا حاولت إيراد كل الأفكار مرة واحدة؛ فإن الحضور في الغالب لن يخرجوا بشيء، وخير لك تركيز الموضوع في أفكار مُشوِّقة محدده تصب جميعها في الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه من حديثك، بدلاً من تشتت تركيزهم.

إن ثورة المعلومات جعلت الموضوعات متشعبة ومتنوعة، ولن تتمكن من الاختيار من بين هذه الكمية الهائلة من المعلومات ما لم تحدد ما تريد أن توصله للحضور.

عند تحديد هدفك من الحديث؛ فإنه سيعمل تماماً كالخريطة الاسترشادية التي تجعلك تختار

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص١٥٤).

ما يناسبه من أفكار، ويكون الحديث مركزاً دون إضاعة الوقت في أفكار ليست ذات صلة بالحديث.

وتذكّر.. أنك تقدم حديثاً ضمن وقت محدد، ولست تقدم أطروحة ماجستير أو دكتوراه، وكما قيل: فإن الرسالة الحقّة هي ما يتذكره المُتلقي، لا ما تتفوه به أنت.

إن معرفة الهدف أمر أساسي؛ فهو الذي يعطيك إحساساً واضحاً باتجاهك، ويساعدك على التركيز على الموضوع، واستبعاد الأفكار والمعلومات الزائدة.

وما لم تكن محدداً بما تريد من حديثك، ولا تستطيع كتابته في جمل قصيرة؛ فإن المستمع لن يفهم حديثك، وسيقوم البعض بالتكهن بموضوع الحديث، والبعض الآخر يشرد بفكره في موضوعات أخرى بعيدة عما تتحدث عنه.

لذلك عليك قبل البدء بالإعداد لحديثك: أن تحدد هدفك بشكل دقيق، وألا تكتفي بالأهداف العامة الواسعة، وأن تكتبه -أيضاً-؛ ليكون حاضراً دائماً أمامك في مرحلة الإعداد.

حدد بالضبط ماذا تريد من الحضور.. اسأل نفسك:

- **ماذا** أريد منهم أن يعملوه، أو يشعروا به، أو يقتنعوا به أو يعرفوه؟
- **لماذا** تقدم هذا الحديث؟
- **هل** ترغب في إفهامهم شيئاً معيناً؟ ما هو هذا الشيء؟
- **هل** ترغب في إقناعهم؟ بماذا؟
- **هل** ترغب في إمتاعهم؟ بماذا؟
- **هل** ترغب في قيامهم بعمل ما أو تنفيذ شيء ما؟ حدده؟
- **هل** ترغب في تحفيزهم؟
- **هل** ترغب في تعليمهم؟

بعبارة أخرى: ما الذي يجب على الحضور امتلاكه أو معرفته أو فعله أو القيام به أو الاقتناع به بعد الانتهاء من الاستماع إلى حديثك؟ حدد بدقة ما تريد؟!

يقول الله -تعالى-: ﴿أَفَمَن يَمْشِي مُكِبًّا عَلَى وَجْهِهِ أَهْدَى أَمَّن يَمْشِي سَوِيًّا عَلَى صِرَاطٍ

مُّسْتَقِيمٍ﴾[الملك:٢٢].

من الأهمية بمكان[١] أن تضع في ذهنك هدفاً محدّداً من الخطاب الذي سوف تلقيه، ذلك أن تحديد الهدف يعينك في مراحل الإعداد لخطابك، وكذا أثناء إلقائه.

ولذلك اكتب جملة من (٢٥) كلمة أو أقل تشرح بها موضوع حديثك، وسوف تكون هذه الجملة بمثابة الهدف من الحديث، بمعنى أنها ستكون ما تريد أن يعرفه المستمع أو يفعله بعدما يسمعك، ويجب أن يكون كل جزء من حديثك مرتبطاً بهدفك.

وإذا كنت أنت غير واضح؛ فكيف يستطيع المستمع أن يتبين هذا الهدف؟!

تعد عمليّة تحديد الهدف عمليّة سهلة، وتجعل كل شيء بعدها ينساب بسهولة ويسر، فابدأ بها أوّلاً؛ وستجد أنّ كلّ شيء بعدها سيغدو سهلاً.

إنّ الهدف هو ما جعلك تجري هذا العرض التقديميّ أو الخطبة، وهو إمّا:

١- ما تريد أن يعرفه الجمهور، أو يفكر فيه، أو يشعر به، أو يتَذكّره.

٢- ما يريد الجمهور أن يعرفه (سبب الدّعوة).

٣- كلاهما معاً...

أكمل جملة الهدف التالية؛ فيمكن أن تساعدك في تحديد هدفك:

من خلال حديثي أريد المستمع أن...

قُل لهم:

G قُل لهم ماذا تريد (قراءة تفسير كامل للقرآن في رمضان).

G قُل لهم لماذا تريد ذلك (لأن القرآن أعظم كتاب يجب أن تفهمه).

G قُل لهم ماذا تطلب (قراءة تفسير جزء يوميّاً في رمضان ٢٥- ٣٠ صفحة فقط).

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (٤٢).

G الإعداد الذكي G

بعد أن حددت موضوع حديثك، وحددت هدفك الذي ترغب بتحقيقه من خلال الخطبة أو الحديث؛ عليك أن تواصل بذكاء من خلال مراعاة العناصر التالية:

C أ- الجمهور. **C ب- المكان.** **C جـ- أسلوب الإقناع المناسب.**

- أولاً: التعامل الذكي مع الجمهور[1]:

إن الجمهور عادة هو من يفرض طبيعة الخطبة التي تريد القيام بها، فالجمهور قد يكون ذا ثقافة علمية، أو تقنية، أو دينية، أو عامة، وعندما يُطلب منك أن تلقي محاضرة أو خطبة، أو حتى دورة تدريبّية في مكان ما؛ فقُم بهذه الأمور قبل كل شيء:

١) اعرف الجهة الرّاعية، واجمع كل ما يمكنك من معلومات عنها.

٢) اسأل الداعين: لماذا اختاروك؟

٣) اسألهم: هل ستكون أنت المتحدّث الوحيد؟ أم ستتحدث ضمن كوكبة من المتحدثين؟

٤) اسألهم: من سيحضر؟ واطلب معلومات عنهم.

ثم اعمل على جمع معلومات عن الحضور مع مراعاة التالي:

١ - **لا تشكّل** انطباعاً مسبقاً عن الجمهور الذّي تعرفه، بل اجمع معلومات، واسأل كثيراً.

٢ - **لا يوجد** جمهوران متشابهان؛ ولذلك عدّل خطبتك حسب الجمهور.

٣ - **احرص** على مراعاة القاعدة الذهبيّة في الخطابة **(شكّل حديثك حسب جمهورك).**

٤ - **اعرف** مدى معرفة الجمهور بالموضوع، وشكّل حديثك وموضوعك وِفْق معلوماتهم.

٥ - **إذا كان** الجمهور مخالفاً لرأيك؛ فحدّد مدى اختلافهم، وابدأ بنقاط الاتّفاق.

٦ - **إذا كان** الموضوع مُحدّداً مسبقاً؛ فابدأ به، ثمّ انتقل لما يناسب الجمهور.

٧ - **اعرف** ما الذي يضايق الجمهور وعالجه بحذر.

٨ - تأكّد من تغطية احتياجات الجمهور قبل التّركيز على النقاط التي تريد إيصالها.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (٣٦).

يجب أن تراعي جمهورك في الأمثلة التي ستعرضها (محاضرة للأشخاص المهتمّين بالتّدريب ستختلف في مثيلاتها إذا ألقيت على أشخاص اهتماماتهم ماليّة).

مثال في مراعاة الجمهور:

انظر إلى دعاية "فولفو"، وكيفية مراعاة الجمهور فيها:

أمريكا	فرنسا	ألمانيا	سويسرا
الاقتصاد والدّائمية	المظهر والفخامة	الجودة والأداء	السلامة والأمان

الأسئلة التحضيرية الثّمانية:

١- من سيحضر؟
٢- كيف أعرف معلومات عنهم؟
٣- كم يعرفون عن الموضوع؟
٤- هل يختلفون معي؟
٥- ما موقعي بين المتكلّمين؟
٦- هل للمكان أثرٌ علي؟
٧- ما الوضع السياسي؟
٨- هل هناك ظروف خاصة يجب مراعاتها؟

نموذج تحليل الجمهور

السؤال	أمثلة	إجابتك
١- من هم جمهوري الأساسي؟ إلى من سيكون معظم الحديث؟	رجال أعمال، طلبة، شباب جامعي، معلمون، محاسبون، مدربون، ربات بيوت، موظفون حكوميون، رجال صناعة...	
٢- ما هي معلوماتي عنهم؟	العمر، الجنس، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، معلوماتهم عن موضوع الحديث، الدِّين أو الطائفة....	

٣- ما هي نظرتهم لي؟	لا يعرفونني، معجبون بي، معرفة سطحية، البعض يعرفونني جيداً، يشكون في قدراتي.. لديهم مبادئ، محترفون يرغبون في التطور، لا فكرة ليدهم، معلوماتهم متفاوتة...	
٤- ما هي معلوماتهم عن الموضوع؟	معلومات محددة هي... مهارات معينة هي...	
٥- ماذا يريدون أن يعرفوا عن الموضوع؟ (أهم الأمور)	كيف ستتغير حياتهم إذا طبقوا الموضوع؟ معلومات معينة هي...	
٦- ماذا يريدون أن يتعلموا؟ (أهم الأمور)	المهارات التالية... تغيير المفاهيم أو القناعات التالية...	
٧- ما هي أهم مشكلة تواجه الجمهور في هذا الموضوع؟	الخوف من... عدم التمكن من... الأثر السلبي على حياتهم إذا... خسارة....	
٨- ما هي أهم النقاط التي سأطرحها لعلاج هذه المشكلة؟	يمكن التغلب على الخوف إذا... للتمكن من المهارة يجب أن تفعل ما يلي... يمكن زيادة الآثار الإيجابية، وتقليل الآثار السلبية إذا فعلت التالي...	
٩- هل هناك شخص من غير الحاضرين يهمني رأيه أو اطّلاعه على المحاضرة؟	رئيس في العمل مسؤول في الشركة التي يحضر عنها فلان الصحافي أو الإعلامي فلان. المشاهدون في التلفزيون أو الفيديو الذين سيرون المحاضرة لاحقاً.	

١٠- كيف سأوجه خطابي لمراعاة رأي الأشخاص غير الحاضرين؟	إرسال نسخة من المحاضرة لهم، إعطاء ملخص ورقي أو سجل ليصل إليهم، التركيز على الموضوع الفلاني الذي يهمهم.	

أثر حجم الجمهور:

الجمهور	مواصفاته	افعل
جمهور صغير	انتباه أكثر	اتّصل بالجميع عن طريق العين...
(أقل من ٢٥)	- أمثلة كثيرة - أسئلة مباشرة متعلقة بالجمهور	انظُر إليهم فهذا يُساعدك على جذب انتباههم...
جمهور كبير (أكثر من ٢٥)	- سرحان أكبر - همس مع الجار - تشتّت في الانتباه	- تأكّد من قدرة الجميع على رؤيتك وسماعك لا سيما الذين يجلسون في المقاعد الخلفية.. - اربط، لخّص، كرّر النقاط المهمّة لتحافظ على تركيزهم...

تمرين: اضرب مثالاً للصورة الأمثل لكل حالة مما يلي:

البند	جمهور شبابي	جمهور نسائي	رجال أعمال	معلّمون
نوعية الموضوع				
هدف الحديث				
مدة الحديث				
نوعية اللغة				
وسائل الإيضاح				
ملابسك				
الأمثلة عن				

إجابة مقترحة:

البند	جمهور شبابي	جمهور نسائي	رجال أعمال	معلّمون
نوعية الموضوع	سلوكي / مهارات	اجتماعي / تربوي	تخصصي / مهارات	تربوي
هدف الحديث	تغير سلوك	تغيير قناعات	إعطاء مهارات	تغيير قناعات
مدة الحديث	متوسطة	طويلة	قصيرة	طويلة
نوعية اللغة	بسيطة	متوسطة	عميقة	متوسطة
وسائل الإيضاح	كثيرة	متوسطة	متوسطة	كثيرة
ملابسك	عادية	أنيقة جدّاً	أنيقة	جيدة
الأمثلة عن	العلاقات أو الطموحات	التربية أو العلاقات	المال أو الإنجاز	التربية أو الإدارة

أنواع الجمهور وطريقة التعامل معه:

١- الجمهور المخالف دوماً[1]:

وهذا النوع هو أصعب وأسوأ أنواع أصحاب المشاكل؛ وهو الذي سيصرخ في أثناء حديثك:

- **أنا لا أوافق.**
- **أنا لا أظن أن هذا صحيحاً.**
- **هذه الطريقة التي تقترحها لن تنجح.**
- **معلوماتك في هذه النقطة قديمة.**

كيفية التعامل معه؟

- **في البداية** حاول أن تكسب الجمهور إلى صفك قبل أن يؤثر عليهم؛ كأن تقول في البداية:

أرجو أن نستمع لمدة نصف ساعة بعقول منفتحة وآذان صاغية، ونؤجل التعليقات والاعتراضات

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (٢١٥).

إلى ما بعد ذلك.

C **اطلب** رأي الجمهور في قوله إذا عارضك (الجمهور سيقف معك).

C **من المفروض** أن تكون مستعداً للاعتراضات الشائعة، وتذكرها أثناء حديثك وتجيب عليها؛ وبذلك تقطع الطريق عليه.

C **استفد** من بند (صاحب الأسئلة الاستفزازية) الآتي.

C **دعه** يدمر نفسه بأن ترد على معارضته بسؤال، كأن تقول: (ما دام هذا رأيك؛ فما هو الحل الذي تقترحه؟)، أو (ما هي الإحصاءات التي لديك في هذا الأمر من فضلك؟).

C **لا تفقد أعصابك**، ولا تجادل، وإذا وصلت إلى طريق مسدود فقل: (يبدو أننا بحاجة لأن نناقش الأمر بتفصيل أكثر بعد اللقاء)، وستجد أن أغلبهم لن يحرص على هذا النقاش.

٢- الجمهور صاحب الأسئلة الكثيرة:

m **ليس بالضرورة أن تجيب عنها جميعها.**

m **حاول أن تجيب عن عدة أسئلة في إجابة واحدة.**

m **ركز على أهم سؤال.**

m **لا تحاول التهرب من أي سؤال**، ولكن يمكنك القول: (لو كان لدي وقت أطول لأجبت)، أو: (هذا السؤال يحتاج إلى وقت وتفصيل، ويسعدني أن ألتقي معك لاحقاً أو هاتفيّاً أو الكترونيّاً)، وهكذا.

m **لا تترد في الطلب من السائل** تكرار السؤال أو توضيحه؛ إن لم تتذكر أو تفهم.

٣- الجمهور الذي يعرف كل شيء:

هذا المستمع يعرف (في ظنه) كل شيء، هو دائماً يذكر سنين خبرته الطويلة، أو شهاداته الرفيعة، أو تجاربه العميقة، أو مناصبه العالية، ويستعمل ذلك ليقول للمتحدث: (إذاً أنا أفهم أكثر منك).

وللتعامل مع هذا الصنف نقترح:

r **لا تسخر منه، أو تقلل من شأنه.**

r **التزم بالحقائق والإحصاءات، ولا تدخل معه في النظريات.**

r **تحدث عما تعرف، وعن خبرتك، ولا تشكك في خبرته.**

r **استشهد بخبراء مشهود لهم.**

٤- الجمهور المقاطع:

وهو الذي يميل لمقاطعة المتحدث، أو يكمل الجملة التي بدأها أحد المستمعين، وفي الغالب لا يقصد الإساءة؛ ولكنه متحمس أو غير صبور.

ونقترح أن تكون معه مباشراً؛ كأن تقول: (لو سمحت يا خالد! دعنا نعطي فرصة لأحمد كي ينهي حديثه).

وإذا تكرر ذلك منه؛ فأيضاً كرّر طلبك منه، وإذا قام بالكلام بسرعة وانتهى؛ فوجّه حديثك للشخص الذي تمت مقاطعته قائلاً: (هل قال خالد ما تود قوله؟)، وعادة مرتان أو ثلاث من هذه التعليقات ستعالج المُقاطِع.

٥- الجمهور الهامس:

لا شيء يزعج المتحدث مثل اثنين يتهامسان بينهما؛ وخاصة إذا تكرر ذلك كثيراً.

ولمعالجة هذا الأمر إليك بعض الحلول:

r **اقترب من الهامس، وانظر إليه مباشرة.**

r **أو توقف عن الحديث، ودع الصمت يُطبِق؛ فعندها سيظهر صوته عالياً، ولعلَّ ذلك يخجله.**

r **أسأل سؤالاً عامّاً، ثم التفت إلى الهامس وقل: (ما رأيك في هذا الأمر يا خالد؟) وهذا فيه إحراج شديد، ولا أنصح باستعماله؛ إلا إذا فشلت الحلول الأخرى.**

٦- الجمهور الصامت:

وهو الذي يجلس في المؤخرة ولا يقول شيئاً، وقد ينشغل في القراءة، ويكثر من النظر إلى جهات مختلفة، ويضع رجلاً على أخرى ثم يغيرها، وهكذا.

والمشكلة مع هذا الصنف: أننا لا ندري مشكلته!

أهو ملول؟ أم أن الموضوع لا يهمه؟ أم أنه لم يفهم؟ أم أنه مشغول ذهنيّاً بأمر آخر؟ أم هو خجول؟ أم غير ذلك؟

والحل الذي نقترحه هو:

r (السؤال المفتوح)، وطريقته هي أن تنادي هذا الشخص باسمه وتسأله سؤالاً عامّاً لا يحتمل إجابة مختصرة، مثل: نعم أو لا، بل سؤال عام مثل: ما رأيك يا فلان في...؟ أو ما هي تجربتك في...؟

r وحاول كذلك أن تستغل فترة الراحة للتعرف على هذا الشخص عن قرب، وتحاوره حول الموضوع المطروح ورأيه فيه.

وتذكر.. أنه لا يوجد حلّ سحري؛ بل اصبر واستمر في المحاولة بالطرق المذكورة سابقاً.

٧- الجمهور المشغول:

هو الذي يكثر من الدخول أو الخروج وتلقي الرسائل، أو الخروج للإجابة على مكالمة ضرورية، وعادة ما يكون أحد المسؤولين المهمين في تلك الجهة، ولكنه بهذه الطريقة يضيع وقته واستفادته، وكذلك الآخرين.

ومن الحلول المقترحة:

r تجنب عقد اللقاء في مقر عمله.

r أعلن مسبقاً عن مواعيد فترات الراحة، واطلب تقليل الخروج، وتأجيل الأعمال حتى ذلك الوقت.

r إذا كنت تتوقع هذه المشكلة مسبقاً؛ فتحدث معه قبل اللقاء، واطلب تحديد موعد اللقاء في الوقت الذي يمكن أن يتفرغ فيه للسماع (وسيفهم الرسالة).

r اطلب إغلاق أجهزة الهاتف، أو النداء قبل البدء بمحاضرتك.

٨- الجمهور النائم:

"في إحدى المحاضرات رأيت البعض بدأت عيناه في الانغلاق، وربما سقط في النوم؛ **فقلت لهم**: أعلم أن البعض يريد أن يسأل؛ ولكن يخجل من رفع يده! فسنتفق على إشارة بيننا وهي: إغلاق العينين، فمن سأراه مغلق العينين؛ فسوف أعلم أنه يريد أن يتكلم؛ فأستدعيه للكلام.

رأيت ابتسامات وضحكات مكتومة، لقد علم الجميع أنه لن يغلق أحد عينيه بعد الآن".

ماكولاف.

الأصل ألا يكون هناك نائمون في أثناء إلقائك، ولكي تضمن ذلك احرص على:

R الحوار المستمر مع الحضور.

R استعمال وسائل إيضاح كثيرة.

R تغيير الصوت باستمرار.

R تغيير نمط الحديث (حوار، تمرين) كل (٧) دقائق.

R استعمل الفكاهة، أو الأسلوب القصصي؛ فهو يشد ذهن السامع.

R يمكنك إيقاظ النائم برفع الصوت فجأة، أو ذكر اسمه، أو لمسة خفيفة من يدك على كتفه وأنت تمشي قربه.

R إذا لم تنفع كل هذه الوسائل؛ فاتركه ينام، ولا تنشغل به، فلعله يكون مرهقاً بدرجة عالية.

- ثانياً : مكان الإلقاء؟[1]

كثيراً ما يؤثر المكان في نوعية الخطبة التي تختارها، قد تختلف طريقة تحضيرك وتخطيطك للخطبة تبعاً للمكان، فقد يكون المكان قاعة مغلقة، أو في الهواء الطلق، أو في مدرسة، أو مسجد، ولذلك لا يجب أن تقاد إلى مكان لا تعرفه، أو إلى موقع ليس مألوفاً لديك أو ليس لديك فكرة عنه.

الأماكن قد تكون العدو الذي يفقدك صوابك، ويشوش عليك فكرتك.

يجب أن تتعرف على المكان الذي ستلتقي فيه الجمهور، وتسأل نفسك (١٠) أسئلة :

١ - هل هو قاعة كبرى، أم غرفة صغيرة؟

٢ - هل هو إستاد رياضي مفتوح، أم ملعب فرعي مغطى؟

٣ - هل هو مسجد يسوده الوقار، أم ساحة يعبث بها الريح، وتهطل عليها الأمطار؟

٤ - هل من خلال ميكروفون، أم ستعتمد على قوة صوتك وحنجرتك؟

٥ - هل به صور وزخارف ونقوش ورسومات، أم انه حوائط وفراغات؟

٦ - هل هناك إمكانات فنية: سماعات وشاشات عرض، أم منصة متواضعة؟

٧ - هل سيتم تسجيل اللقاء بالصوت والصورة، أم مجرد تسجيل صوتي؟

٨ - هل اللقاء مذاع على الهواء مباشرة، أم أنه مسجل؛ ويمكنك تعديله؟

٩ - هل إلى جانبك أحد، أم أن الساحة خالية لك؟

١٠ - هل تتحدث أمام منصة، أم على طاولة، أم واقفاً؟

o **زيارتك لمكان الحديث** قبل أن تلتقي بالجمهور ستزيل خوفك من المواجهة، وستكتشف لك عن نوعية الجمهور، وتفتح أمامك آفاقاً جديدة.

---

(١) "كيف تعرض أفكارك"، د. حمزة زوبع، (ص٣٣).

- ثالثاً: أسلوب الإقناع المناسب:

G هناك أربع طرق للإقناع، هي:[(١)]

الطريقة	الشّرح
الاستنتاج	من الجزء إلى الكلّ.
الاستنباط	من الكلّ إلى الجزء.
العاطفة	ركّز عليها بعد استعمال المعلومات والمنطق، وذلك لتحريك النّاس وجذبهم (حنين الأرض، الحريّة، العزّة، الوطن، الانتماء). وركز على الحاجات الأساسية (طعام، سكن)، والحاجات النفسية (الحُبُّ، الأمن).
كسب الثّقة	أنت مثلهم، أنت متميز، أنت خبيرٌ بالموضوع، هم قادرون، هناك قدوة مشتركة.

أسلوب الإقناع بحسب الجمهور[(٢)] **:**

المباشر (مع الجمهور المتعاطف)	غير المباشر (مع الجمهور المقاوِم)
أ- الخطّاف (جلب الانتباه، دقيقة واحدة) ب- القائمة (تفصيل الموضوع والمعلومات والأدلة). جـ - التبسيط (أشعِرُهم أنّهم قادرون). - لا تقل لو: فهي تحمل معنى الاحتمالية، بينما يجب التأكيد على قدرتك. - أعطهم نتائج إيجابية (سيحصلون عليها، ينفذون ما تطلبه منهم).	أ- النقاط المشتركة (نقاط الاتفاق). ب- المشكلات المشتركة (اذكر مساوئ الواقع الحاليّ، قل لهم: يجب أن نحلّها معاً). جـ - كيف سنحلّها (قل: نحن، ولا تقل: أنا). د- اذكر فوائد الحل (قل: نعم؛ توجد أضرار، ولكنّ الفوائد أكثر. وبهذا تقطع الطّريق على الاعتراضات). هـ- اذكر ما المطلوب منهم؟ ولماذا الآن؟

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (٥٣).

(٢) المصدر السابق، (ص٥٨).

G طرق المنطق الخطأ التي ينبغي تجنبها:

الطريقة	المثال	التعليل
السؤال هو الجواب	هل يستحق السيّد خالد هذا المنصب رغم رداءة كفاءته؟	هذا السؤال يحمل في طيّاته افتراضاً أن خالد ليس كفؤاً، وهذا هو محلّ البحث
الادّعاء بلا دليل	تشير الدّراسات والتجارب الأخيرة والإحصاءات إلى...	بينما لا توجد إحصاءات أو دراسات مقنعة...
المقارنة الخاطئة بين الأمور غير المتشابهة	الزواج مثل كرة القدم إذا التزم اللاعب بقوانينها سيفوز	بينما يختلف الزواج عن هذه اللعبة أكثر مما يتفق
الكلمات المثيرة والتي تعطي مدلولاً سيئاً أو مثيراً	(النظام) بدل قول: (الحكومة)، (الأبراج العُليا) بدل قول: (الإدارة)	تعطي هذه الكلمات انطباعاً سيئاً لدى الجمهور
تغيير الحقائق والأقوال	الكذب، التعميم، الاجتزاء، التركيز على التشابه، اعتماد الإحصاءات غير الدقيقة أو المعتمدة على أرقام قليلة، استعمال الإحصاءات في غير مكانها	لا يمكن إخفاء الحقائق عن الجمهور؛ فسوف يكتشف ذلك عاجلاً أم أجلاً
التبسيط	أمامنا اختياران: ١ - خطة ستؤدي إلى كارثة. ٢ - خطة ستؤدي إلى الفوز.	حصر الجمهور في اختيارين لا ثالث لهما، وإغلاق منافذ الحلول الأخرى
استخدام (بعد ولذلك)	بعد استلامهم للإدارة نزل سعر السّهم إلى النصف (لذلك هم السّبب)	بينما قد تكون هناك أسباب أخرى
المنطق المعكوس	المجموعة الفلانيّة دائماً تهاجم العلماء، وفُلان يهاجم العلماء فهو من هذه المجموعة.	بينما لا يمكن تطبيق هذا المفهوم على جميع الناس باستخدام القياس

تذكر[١].. **أن المهم في توصيل هدفك للجمهور هو**: تسويق المنفعة التي تُقدِّمها الفكرة للناس، على سبيل المثال: عندما أريد تسويق فكرة أن العلماء والدعاة هم صفوة المجتمع ونخبته وخيرته؛ فأهم من التأكيد على صفاتهم وأخلاقهم -على أهميته- التأكيد على المنافع التي حصلها الناس، أو يمكن أن يُحصلوها منهم، ويمكن أن أحصلها أنا وأنت منهم، وتذكر صفاتهم وأخلاقهم؛ من خلال ذكر المنافع التي سنحصلها.

٧ **عندما نريدُ أن نسوِّق فكرةً ما؛ يجب علينا أولاً: أن نحدِّد مركز منافعها وبؤرة هذه المنافع**، ثم إضافة منافع مضافة للفكرة، ونحن على يقين بأن هذه المنافع المضافة تُعطي للفكرة أبعاداً مختلفة في نفسية المتلقي، وربما تعني له -أحياناً- أكثر مما تعني المنفعة الأصلية.

وأفضل طريقة لتحديد المنافع الأخرى هي: تصور مراحل تأثير الفكرة على الشخص وعلى المجتمع، ومن ثم تحديد ما أهم منفعة يُريدها المتلقي في كل مرحلة.

ومن الممكن بعد ذلك: أن نجعل القيمة المضافة كأنها قيمة أصلية، ونضع لها منافع مضافة؛ مما يعزز الفكرة الأصلية، ويعطيها من الجمال والروعة والقوة والرسوخ ما يسهل ويقوي تسويقها.

يأتي بعد ذلك: وضع هالة للمنافع، فذكر شيء إيجابي واحد بقوة وبتركيز عليه يجعل عقل المتلقي يربط بينه وبين كثير من الإيجابيات الأخرى؛ ولو لم تذكر أنت ذلك، ويساعد على ذلك استخدام العبارات الفضفاضة والرمزية، لذا فليس من الضرورة تحديد كل شيء عند التقديم، وإنما يُفضل ذكر المنافع الأصلية، ثم المضافة لتعزيز فكرة هذه المنافع، ثم يختم بوضع هالة تجعل مجرد الانتقاد للفكرة يدل على السطحية وضعف التفكير والتأمل، وهنا ينتبه إلى أن هذا هو الاستبداد بعينه؛ فلا ينبغي استخدامه إلا في مكانه وموضعه ومع من يناسب.

---

(١) "سوق فكرك"، د. عبد الله بن سالم باهمام، (ص٧٤).

G نموذج لورقة إعداد خطبة أو كلمة G

نقدم لك فيما يلي نموذجاً لورقة إعداد خاصة بك؛ بإمكانك الاستعانة بها والاستفادة منها[(١)]:

اسم المحاضرة: ....

تاريخها: ....   **الساعة:** ....

الوقت المتبقي للتحضير: ....

الجهة المنظمة: ....

مدة المحاضرة: (   ) **ساعة**   **الوقت المخصص لي:** (   ) **دقيقة**

مكان المحاضرة: r غرفة اجتماعات   r غرفة صف

r غرفة تدريب   r غرفة معيشة أخرى

عدد الحضور: (   ) **شخص**   **مستواهم:**

الميزانية المسموح بها: r كبيرة   r قليلة   r لا يوجد

ما الوسائل المساعدة المتاحة: r بروجكتر كمبيوتر   r لوح   r أوراق كبيرة أخرى

ما الأدوات التي أحتاج إلى توفيرها/ تأجيرها؟

....

....

....

أو أي ملاحظات هامة:

....

....

....

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٣١).

G صورة اجمالية لعملية الخطابة أو الحديث[(١)] G

أحد الأخطاء الشائعة هو: إيراد معلومات كثيرة، والإغراق في التفاصيل، وقلة الخبرة -في الغالب- هي التي تدفع بالمتحدث إلى ذلك لأنه يعتقد أن ذلك يجعله يشعر بالأمان؛ وهذا غير صحيح؛ لأن هذا يعني عدم خروج الحضور بأي فائدة، وذلك لضياع النقاط المهمة وضياع المتحدث نفسه وتخبطه.

وتذكر.. أن الحضور لا يتسامح أبداً مع المتحدث الذي يتجاوز الوقت المتاح له، وينقلب الإعجاب والاستجابة إلى رفض وتذمر.

تأكد من وجود العناصر الأربعة، وهي:

- **مقدمة قوية تشد الانتباه.**
- **متن مقسم ومركز في أفكار محددة، ومدعم بالأدلة والأمثلة.**
- **تلخيص لأهم ما طرح في المتن.**
- **خاتمة قوية تبقى طويلاً في ذاكرة المتلقي.**

وسوف نتناول هذه العناصر بالتفصيل:

- **العنصر الأول: المقدمة (الافتتاحية):**

من المهم التفريق بين المقدمة وبين الاستهلال.

فمثلاً: خطبة الحاجة: إن الحمد لله؛ نحمده، ونستعينه، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا... (الخطبة)، أو بسم الله، والصلاة والسلام على رسول الله... أو شكر مقدمك أو شكر الجمهور.

هذا كله لا يعد مقدمة؛ بل هو استهلال يأتي قبل المقدمة؛ حيث تكون هناك وقفة يسيرة بينهما.

ثم تأتي بعده المقدمة التي لا بد من توافر أهم عامل نجاح لها وهو: الجذب.

ولذا تعتبر المقدمة من أصعب وأهم أجزاء حديثك؛ لعدد من الأسباب منها:

D **هي الفترة القصوى** لانتباه الحضور وتركيزهم جميعاً عليك.

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص١٨٦).

D **أنت مجهول بالنسبة للحضور** في بداية ظهورك وحديثك حيث سقومون بتكوين انطباعات عنك وإصدار أحكام عليك، وهذا الانطباعات الأولية هي انطباعات ستستمر ويصعب عليك تغييرها لاحقاً؛ فإذا كان الانطباع جيداً سهَّل عليك قيادتهم لهدفك والتأثير فيهم واستمالتهم، أما إذا كان الانطباع غير جيد فسوف تجد صعوبة في شدهم لحديثك ومن ثم التأثير فيهم.

D **المقدمة يمكن أن تؤكد** للحضور بأن ما سيرد في حديثك يستحق الاستماع والإصغاء.. حاول تجنب المقدمة التقليدية المتمثلة في الدخول مباشرة للموضوع.

Y وإليك عدد من الاقتراحات التي تهدف إلى الالتفاف على المقدمات التقليدية :

1 **القصص: إن الحكايات القصيرة** ذات الطابع الإنساني، وذات المغزى العميق، وذات الارتباط بالحديث؛ تعتبر فاعلة للبدء بها كافتتاحية لحديثك، نظراً لكونها تساعد في شد الانتباه، على اعتبار أن القصة تجعلك في صف الحضور، وتظهر تعاطفك معهم.

ونود التأكيد على أهمية ارتباط القصة بموضوع الحديث؛ فقد تكون القصة حزينة إذا كنت تتحدث عن كارثة، أو سعيدة إذا كنت تتحدث عن تحقيق منجزات.

فمثلاً لو أردت التحدث عن أضرار المخدرات؛ فإن ابتداءك بقصة تدور حول ضياع أسرة بالكامل نتيجة لإدمان الابن الأكبر للمخدرات؛ الذي سرق وباع كل شيء؛ ستشد الحضور، وتثير اهتمامهم وعواطفهم، وتترك انطباعاً وصورة جيدة لك في أذهانهم.

1 **الطُّرَف والمُلح: الطُّرَف الجيدة** تشد الانتباه، وتترك انطباعاً جيداً لدى المتلقي، لكن ينبغي الحرص عند اختيار البدء بها؛ فهناك مخاطرة عند الابتداء بها، فلا أحد يستطيع توقع ردة فعل الحضور حيالها! وفي أحسن الأحوال لو ضحك الحضور؛ فقد تُلْهِهم عن حديثك.

ولذا لا ننصح البدء بها إلا في ظل توافر عناصر نجاحها، مثل :

١ - اجعلها ذات علاقة بموضوع حديثك مباشرة.

فلو لم تكن ذات صلة؛ فهي حتماً لن تقود لحديثك، وستجد أنك قد عدت لخط البداية بعد الانتهاء من الضحك.

٢ - احذر من الطُّرَف التي تمس الحضور بشكل مباشر أو غير مباشر.

1 **البدء باستفهام: وهو أن تبدأ بطرح تساؤل يستثير عقول الحضور، ويدفعهم للتفكير، هذا ليس بغريب في شريعتنا؛ فهناك العديد من الآيات التي ورد فيها استفهام، على**

سبيل المثال: قوله تعالى: ﴿ عَمَّ يَتَسَاءلُونَ ﴾[النبأ: ١]، وقوله تعالى: ﴿ الْحَاقَّةُ * مَا الْحَاقَّةُ * وَمَا أَدْرَاكَ مَا الْحَاقَّةُ ﴾[الحاقة: ١-٣].

وهناك العديد من الأحاديث النبوية الشريفة التي بدأت بأسئلة، مثل:

ما رواه أبو هريرة أن رسول الله ﷺ قال: «**أتدرون ما الغيبة؟**»، قالوا: الله ورسوله أعلم! قال: «**ذكرك أخاك بما يكره**»، قيل: أفرأيت إن كان في أخي ما أقول؟ قال: «**إن كان فيه ما تقول؛ فقد اغتبته، وإن لم يكن فيه؛ فقد بهته**»(١).

وما رواه -أيضاً- أبو هريرة: أن رسول الله ﷺ قال: «**أتدرون ما المفلس؟**»، قالوا: المفلس فينا من لا درهم له ولا متاع، فقال: «**إن المفلس من أمتي من يأتي يوم القيامة بصلاة وصيام وزكاة، ويأتي قد شتم هذا، وقذف هذا، وأكل مال هذا، وسفك دم هذا، وضرب هذا، فيعطي هذا من حسناته، وهذا من حسناته، فإن فنيت حسناته قبل أن يقضي ما عليه؛ أُخذ من خطاياهم؛ فطرحت عليه، ثم طرح في النار**»(٢).

فهذه أسئلة قالها أفضل الخلق وأعلمهم ﷺ؛ لا يريد إجابة لها، وإنما هو أسلوب رباني لتربية صحابته ﵃؛ لأهمية ما سيقول.

وما نود توضيحه لك هو: كمتحدث تعتبر شخصاً بائعاً، وبضاعتك هي أفكارك، ويمكنك بيع المعلومات بشكل فاعل إذا أخذت بعين الاعتبار أن الناس تُقْبِل على الشراء لأسباب عاطفية؛ وليس لأسباب واقعية.

وعليه فعندما تقدم حقائق حاول أن تربطها بالحاجات العاطفية للحضور.

- **العنصر الثاني: المتن (فن الكتابة المؤثرة):**

والآن جاء دور كتابة حديثك، ووضع أفكارك في جمل ونقاط وفقرات، وحان وقت تحويلها إلى نص مقنع.

ولا شك أنك عندما تُقدِمْ على التحدث أمام مجموعة من الناس؛ فإن لديك هدف تريد تحقيقه

(١) "صحيح مسلم" (ج٤/ص٢٠٠١).
(٢) "صحيح مسلم" (ج٤/ص ١٩٩٧).

أو رسالة تريد إيصالها لهم، وهذا يتطلب منك إقناع الحضور، والتأثير فيهم.

فأنت تحاول من خلال حديثك: تعزيز مواقفهم، أو تغيير قناعاتهم أو سلوكهم حيال قضية معينة أو موضوع ما، وحتى تنجح في ذلك؛ فلا بد من شد انتباه الجمهور؛ والحفاظ عليه، وتقديم الدعم الكافي للأفكار، وتركيزها في نقاط محددة.

فالمتحدث الذي يفتقر إلى الخبرة ستجده يريد قول كل شيء، وإيراد كل فكرة تطرأ على ذهنه عن الموضوع! مما يدخله في معمعة الإغراق في التفاصيل.

ولتجنب ذلك: قسِّم موضوعك لأفكار محددة؛ مبتدئاً بشرح النقطة الأولى وفقراتها الفرعية -إن وجدت- بكلمات يسيرة واضحة، ومقرباً المعنى لذهن المتلقي لمساعدته على الفهم.

وهو ما سنفصله لاحقاً بعد هذه الصورة الإجمالية.

- **العنصر الثالث: التلخيص:**

وهو العنصر الثالث من عناصر الكلمة أو العرض.

ورغم أهميته؛ إلا أنه يلاحظ على كثير من المتحدثين إهماله**!**

ويتم فيه إعادة تلخيص أهم الأفكار والنقاط التي قدمتها للحضور، ولكن بشكل مختصر جدّاً؛ ودون شرح للتفاصيل، ويعبر عن التلخيص بالجملة: **" أخبرهم بما أخبرتهم به".**

ويمكن تلخيص أهميته فيما يلي:

١ - **يساعد** على إعادة تركيز الانتباه مرة أخرى.

٢ - **يرسخ** المعلومات -التي قُدمت في المتن- في ذهن المتلقي؛ من خلال إعادة تقديمها مرة أخرى بشكل مركَّز.

٣- **فرصة** للتواصل مع الحضور؛ وخاصة أصحاب النمط الإجمالي؛ الذين يريدون رؤية الصورة الكاملة للحديث.

٤ - **يعتبر فرصة** أخيرة لك لتعويض بعض الحضور الذين فاتتهم بعض الأفكار، أو النقاط التي لم تصل إليهم؛ سواء بسبب شرود الذهن، أو عدم السماع.

- **رابعاً: الخاتمة:**

ذكرنا في عنصر المقدمة أهمية أن تبدأ بمقدمة قوية تشوق الحضور بها، وتشد

انتباههم إليها، وتثير اهتمامهم.

أما في الخاتمة؛ فإنه يجب عليك أن تختم حديثك أو كلمتك بخاتمة قوية، وأن لا تترك الحضور معلقين بحديث مبتور.

وكثير من المتحدثين يخلطون بين التلخيص وبين الخاتمة! ومنهم من يعتقد بأن الخاتمة عبارة عن شكر الحضور على الاستماع.

لتكن الخاتمة هي آخر ما يُسمَع منك؛ متضمنة الرأي أو التوجيه التي تنهي بها حديثك أو خطابك أو محاضرتك.

ومن هنا جاءت أهميتها لكونها فرصتك لجعل المتلقي يتخذ القرار الذي تريده، وبها تنهي حديثك وتجني ثمرته، فإذا كانت البداية السيئة نكسة؛ فإن النهاية السيئة تعدُّ فشلاً!

وجميل أن تبدأ بمقدمة رائعة، والأروع أن تنهي بخاتمة قوية.

والخاتمة هي محطتك الأخيرة؛ فإذا اعتبرنا أنك تبدأ حديثك حيث يوجد الحضور، وتنقلهم عبر المتن الذي يعدّ بمثابة جسر إلى ما تريد في خاتمة حديثك؛ فإنك تختمه حيث تريدهم أنت أن يكونوا.

ويجب أن تتضمن الخاتمة: التوصيات بتحقيق الهدف الذي سعيت لتحقيقه من حديثك؛ مما يتطلب أن تقوم باستنتاج النتائج، وأن تقدمها للمستمع مباشرة، ولا تدعه يخمن فيما يجول بعقلك، وأخبره -أيضاً- كيف يتم تحقيق الهدف.

فالخاتمة توضح ما المطلوب من الحضور القيام به، أو الاقتناع به، أو عمله، وكيف يضعون أفكارك ومقترحاتك موضع التنفيذ بعد مغادرة القاعة.

فكأنها عبارة عن إجابة عن سؤال: (ما المطلوب؟) و (كيف؟).

بعض المتحدثين يلجأون إلى ختم أحاديثهم بآية من القرآن الكريم، أو بحديث شريف، أو بحكمة، أو بقول مأثور، أو باقتباس غير مرتبطة بالهدف من حديثهم، أو بدعاء، أو بكفارة المجلس، أو بشكر الحضور.... أو غيرها.

وهذا لا يعدّ خاتمة؛ وإنما هو إغلاق...

وينبغي أن تكون الخاتمة قصيرة وقوية؛ ليتمكن الحضور من تذكرها.

وإذا نسيت ذكر إحدى الأفكار، أو قد طرأت على ذهنك فكرة جديدة؛ وتريد استدراكها في الخاتمة؛ فاحذر أن تفعل ذلك...

لا... لا ترتكب هذا الخطأ بعرض هذه الفكرة؛ لأن الوقت متأخر للقيام بذلك، وعلى الأرجح أن قيامك بها سيفشل حديثك أو كلمتك.

وإذا كانت هذه الفكرة مهمة جدّاً؛ فيمكن استغلال فترة الأسئلة لتقديمها للحضور.

G مكونات الخطبة أو الكلمة G

طريقة د. طارق سويدان لتنظيم الخطبة[١]

قانون (ثلاثة إلى خمسة) :

G **حاول** أن تحدد للمحاضرات أو الدورات أو الخطب **(٣ إلى ٥)** نقاط رئيسية (بخلاف المقدمة أو الخاتمة)، ولا ينطبق هذا على الخطب القصيرة؛ فيكفيها نقطة رئيسية واحدة.

G **قدر** (١٥ إلى ٢٠) دقيقة لكل نقطة رئيسة.

G **قسم** كل نقطة رئيسة بحيث تحتوي على (٣ إلى ٥) دقائق تقريباً.

G **احسب** دقيقة -تقريباً- للانتقال من نقطة فرعية إلى أخرى.

G **والآن قسم** كل نقطة فرعية إلى (٣ إلى ٥) نقاط جانبية تحتوي كل منها على استشهاد (قصة، قول، نكتة، إحصائية، شعر، إلخ).

G **قدر** دقيقة -تقريباً- لكل نقطة جانبية.

وهكذا ستحصل على خطبة متناسقة واضحة التقسيم وسهلة المتابعة.

هذا القانون للاسترشاد فقط، وإلا يمكن في بعض الأحيان أو الأجزاء الوصول إلى (٧) نقاط (سواء رئيسية أو فرعية أو جانبية)، ولكني لا أنصح بالزيادة على ذلك.

حاول أن تجمع النقاط المتقاربة في نقطة واحدة لتلتزم بقانون (٣ إلى ٥).

المقترح العام لترتيب الخطبة :

والآن أقدّم بين يديك مقترحاً لترتيب الخطبة، يمكن استعماله كنموذج عام، ولكن لا تلتزم به حرفياً؛ فلكل خطبة طبعتها المميّزة التي يجب أن تُكيّف حديثك وفقاً لها. (وهذا المقترح يراعي قانون ٣- ٥).

أولاً : المقدمة :

أ- اجذب الانتباه. **ب- اذكر الهدف.** **جـ- أعط فكرة عامة بين الموضوع.**

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٤٠).

ثانياً : النقطة الرئيسية الأولى في صلب الموضوع :

أ- نقطة فرعيّة :

١ - نقطة جانبيّة واستشهاد. ٢ - نقطة جانبيّة واستشهاد.

ب- نقطة فرعيّة.

جـ - نقطة فرعيّة :

١ - نقطة جانبيّة واستشهاد. ٢ - نقطة جانبيّة واستشهاد.

٣- نقطة جانبيّة واستشهاد.

ثالثاً : النقطة الرئيسية الثانية في صلب الموضوع :

أ- نقطة فرعيّة.

ب- نقطة فرعيّة :

١ - نقطة جانبيّة واستشهاد. ٢ - نقطة جانبيّة واستشهاد.

جـ - نقطة فرعيّة :

١ - نقطة جانبيّة واستشهاد. ٢ - نقطة جانبيّة واستشهاد.

٣- نقطة جانبيّة واستشهاد. ٤ - نقطة جانبية واستشهاد.

... وهكذا، اذكر النّقاط الرئيسة والفرعيّة والجانبيّة الأخرى.

رابعاً : الختام :

١- لخّص ما قُلت.

٢- اذكر قصّة مثيرة أو استعمل أحد أساليب الختام.

ثلاث أهداف رئيسة للخاتمة[١] :

@ للتأكيد على النقاط الهامة في الخطبة.

@ للتركيز على التصرف أو العمل المطلوب من الجمهور بناءً على ما سمعوه.

@ لترك الجمهور يخرج بشعور وإحساس طيب.

وإذا أردتهم أن يخرجوا ليفكروا بعمق فيما قلت؛ فلتكن نهايتك هادئة وشاعرية.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٦٠).

اقتراحات اخرى لترتيب طرح الموضوع[(١)] :

الصورة الأولى: ذكر قصة مشوقة تتضمن معاني بارزة، ثم الانتقال إلى استنباط الدروس والعبر منها، ودعم كل ذلك بالحُجج الشرعية وأقوال السلف.

مثال: متحدث يود أن يتكلم عن أهمية استشعار رقابة الله وتقوى الله في السر والعلن؛ فيقوم بترتيب طرحه على النحو التالي:

أولاً: يذكر قصة عن شخص تيسر له الحرام في مكان بعيد عن الأنظار؛ فحدثته نفسه بالسوء، فتذكر رقابة الله فانتهى.. وفي ذلك قصص كثيرة.

ثانياً: بعد التشويق بهذه القصة، يسرد بعض الآيات التي تؤكد على أهمية التقوى، ثم يذكر تربية الرسول ﷺ أصحابه على استشعار رقابة الله، وقد يكون من المناسب أن يأتي بحوادث سريعة للصالحين، أو أقوال جميلة للسلف حول هذا المعنى.

وهذه الصورة تناسب الكلمات القصيرة، ويمكن استعمالها في بعض خطب الجمعة، أما الدروس والمحاضرات الطويلة؛ فلا تناسبها، وذلك أن عادة المستمعين أنهم يشعرون بالحماسة لتفهم الموضوع، لكن تركيزهم على نقاطه لا يتعدى الخمس عشرة دقيقة الأولى، ثم يتناقص الأمران.

فإذا جعلنا ذلك الحماس وهذا التركيز في متابعة قصة مسلية، ثم إذا ذهبا وحصل الفتور أتينا على التأصيل الشرعي.. لم تحصل الفائدة المرجوه، فتأمل!

الصورة الثانية: ذكر مقدمة عن أهمية الموضوع، ثم بيان مظاهره، يليه بيان الأسباب، ثم العلاج، وأخيراً الخاتمة.

مثال: متحدث يود أن يتكلم عن ظاهرة ضعف الإيمان؛ فيقوم بترتيب طرحه على النحو التالي:

أولاً: مقدمة عن خطورة ضعف الإيمان. **ثانياً:** مظاهر ضعف الإيمان في حياة الناس.

ثالثاً: أسباب ضعف الإيمان في حياة الناس. **رابعا:** العلاج المقترح.

وأخيراً: الخاتمة.

---

(١) "مهاراتك الشخصية"، عادل العبد العالي، (ص٢٢).

وهذه الصورة تناسب المحاضرات طويلة الوقت، وبعض الخطباء يُقسمها على خطبتين؛ فيجعل في خطبة الأسبوع الأول المقدمة والمظاهر، وفي خطبة الأسبوع الثاني الأسباب والعلاج.

وبعضهم يُقسمها على ثلاثة أسابيع أو أكثر، والناس لا يتحملون هذه التجزئة الثلاثية! فيكف بما زاد؟

ويمكن استغلال هذه الصورة في الكلمات لأكثر من مُلقي؛ والتي يطلق عليها مُسمى: (ندوة).

الصورة الثالثة: سرد النقاط متتابعة، وتعزيز كل نقطة بحادثة أو قصة قصيرة توضحها، إضافة إلى تأصيلها الشرعي.

مثال: متحدث يود أن يتكلم عن صفات عباد الرحمن؛ فيقوم بسرد الصفات، وعند كل صفة يقف عند معناها، ويضرب بحال بعض الصحابة.. وهكذا.

الصورة الرابعة: السرد العام لعدد من المعاني، دون ترتيب ظاهر.

مثال: متحدث يود أن يعظ المستمعين ويرقق قلوبهم؛ فيقوم بسرد الوعظ، فمن بيان حال السلف مع تدبر القرآن، إلى البكاء من خشية الله، إلى تذكر الآخرة.. وهكذا.

وهذا الأسلوب الوعظي مناسب لجميع المنابر والمحاضرات.. لكنه في الغالب يحتاج إلى مُلقي يُحسِنُ إلقاء الكلمات المؤثرة الوعظية.

G التحضير لموضوع الخطبة أو الكلمة G

بعد اتمام خطوات الإعداد الذكي (حددت جمهورك، تعرفت على المكان، حددت أسلوب الإقناع)، وبعد معرفة الصورة الإجمالية للخطبة أو الحديث..**تبدأ مرحلة التحضير**؛ والتي ستكون في غاية السهولة؛ بسبب تحديدك للهدف بوضوح.

أولاً: جمع المعلومات[1]:

يقول البخاري: "خرجت "الصحيح" من ستمائة ألف حديث"، ثم يقول: "ما أدخلت في كتابي "الجامع" إلا ما صح، وتركت من الصحيح حتى لا يطول".

هكذا!! حتى يُخرج الإمام البخاري كتاباً صحيحاً ينفع العامة، ويضعه العلماء في مرتبة تالية للقرآن من حيث الصحة، يختار حديثاً واحداً من مائة وخمسين يجمعهم.

إنه فنُّ الوفرة.. يعلمه لنا البخاري؛ حتى نصل إلى الصحيح.

تحديد فكرتك حول الموضوع تحديداً جيداً يجعل جمعك المعلومات أسهل وأوفر، فأنت لا تحشد شواهد وآراء الآخرين ولكنك تجمع أفكارك في صياغات مختلفة.

عند جمع المعلومات:

١- **اجمع بروح الوفرة، وجهد النحلة، وإخلاص البخاري،** (احترم جمهورك).

٢- **وضوح فكرتك** يفتح المجال أمام تدفق المعلومات.

٣- **احذر الأفكار المعلبة،** ولاحظ تاريخ الانتهاء.

٤- **استخدم** الفهارس، وكتب المعلومات، كروت للجمع، ولا تنس إسطوانات الكمبيوتر.

٥- **لا تنس** كتب الأدب والشعر.

٦- **قد تجد الكثير من المعلومات** في الجرائد، والصحف، والمجلات؛ فلماذا لا يكون لديك أرشيف؟!

٧- **إدرس** مقررات دراسية وثيقة الصلة بموضوعك.

---

(١) "لقاء الجماهير"، أكرم رضا، (ص١٤٥).

٨- **اجمع المراجع**، واعرف ما هي الكتب التي تساعدك في تحضير موضوعك[١].

٩- **رتّب** العناوين والمعلومات التي تريد طرحها.

١٠- **سجل ملاحظتك الشخصية، ووجهة نظرك**، ولا تعتمد فقط على أراء الآخرين وأفكارهم؛ بل تذكر أن لك عقلاً مثلهم، ويمكن أن تضيف وتعدل.

١١- **الاستشهاد يعطي الموضوع قوة**، والاستشهاد يكون بـ **(**القرآن الكريم، السُّنَّة، القصص، الشعر، أقوال وحكم، إحصائيات، وغيرها**)**.

١٢- **ابحث بجد** عن آخر المعلومات وأحدث الإحصاءات، ولا تعتمد على ما حضرته قبل عدة سنين.

١٣- **اعرف** كيف تقرأ المواضيع المناسبة[٢].

١٤- **اعرف** كيف تسجل أفضل الملاحظات؛ لتكون أساساً لخطابك.

١٥- **اعرف** كيف تفهم أكثر مما تقرأ.

١٦- **اعرف** كيف تُعمِل ذاكرتك، وكيف تحسنها.

الإبداع والابتكار في جمع المعلومات[١] :

وهي عملية العثور على الأفكار الإبداعية التي ستُكوّن محاور حديثك الرئيسة؛ حيث ستقوم بالتنقيب على الأفكار التي ستقدمها، وبعد ذلك تنظمها وتقسمها -حسب الحاجة- إلى أفكار فرعية، ومدعماً إياها بالأمثلة والبراهين المؤيدة لوجهة نظرك[٣].

من الأخطاء الشائعة التي لاحظناها على كثير من المتدربين: قيامهم بكتابة الأفكار مباشرةً على شكل جمل كاملة وتنظيمها وترتيبها في وقت واحد.

وهذه الطريقة تحرم الفرد من أهم قدراته الإبداعية، لأنها طريقة تقليدية تمنع رؤية هيكل الحديث بالكامل، وتقطع عملية تداعي الأفكار وجلبها.

---

(١) "فنون خطابية، ومهارات إلقائية"، ماجد بن جعفر الغامدي.

(٢) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (٤٧).

(٣) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص١٧٢).

يرى العلماء أن المخ ينقسم إلى جانبين:

الجانب الأيمن، ويتحكم في العمليات الإبداعية؛ حيث يرتبط بالأفكار، والمفاهيم، والخيال، وأحلام اليقظة، والأنشطة الفنية، وهو لا يعمل بشكل خطي؛ بل يتنقل بين الأفكار المختلفة متتبعاً علاقات وروابط يستحيل تفسيرها بشكل منطقي.

أما الجانب الأيسر من المخ؛ فيتحكم في العمليات المنطقية، والترتيب، والتتابع، والتصنيف، والتحليل، والأنشطة الفكرية والعملية، ويعمل بشكل خطي.

ويقول توين بوزان في كتابه "قوة الذكاء الإبداعي": أن نسبة (٩٩%) من الناس يسجلون ملاحظاتهم على شكل الكلمات المعتادة في الجمل والعبارات، ويتم تدوينها على شكل خطوط طويلة مستقيمة، وتكتب بلون واحد؛ مما يجعل الأمر يسير على وتيرة واحدة، وهو ما يؤدي إلى إملال الذهن، كما أن عقل الإنسان لا يفكر وفقاً للنمط الكتابي بشكل خطوط طويلة، ومما يُقيد استخدام كِلاَ جانبي العقل وبالذات الأيمن، ويمنع عملية تداعي وجلب الأفكار، بل يفكر بطريقة متوهجة.

وخير دليل على ذلك هو: عندما يريد شخص الذهاب لمكان جديد؛ فسيكون الشرح على الخريطة أسهل بكثير من الوصف الكلامي أو الكتابي.

كيف تستخدم الخريطة الذهنية (الشبكة)؟

أفضل طريقة للعثور على أفكار إبداعية جديدة وغير مسبوقة، أو إعادة تنظيم لأفكار قديمة بطريقة جديدة هو: استخدام ما يسمى بالشبكة أو الخريطة الذهنية.

وهذه الطريقة تحقق المميزات الآتية:

١- تمكن العقل من توليد الأفكار الجديدة وتفريعها إلى أفكار فرعية... وهكذا؛ بحيث يتم جلب الأفكار، ويتولد عنها أفكار أخرى في عملية مستمرة لا نهائية، والنظر كذلك للفكرة الواحدة من عدة زوايا وجوانب.

٢- يمكن النظر إلى هيكل الحديث بالكامل في صفحة واحدة، ورؤية كل الأفكار وهي معروضة بشكل إجمالي؛ من خلال التعبير عن كل فكرة بكلمة واحدة أو رمز أو صورة؛ بحيث تبدو جميع هذه الأفكار بشكل واضح، وهذا يمكن من معرفة الجوانب التي أُغفلت، ودمج الأفكار المتشابهة.

٣- إمكانية الربط بين تلك الأفكار والهدف؛ بحيث يتم إعداد حديث مركز؛ حيث

تتمحور جميع الأفكار حول الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه من حديثك.

٤ - تسهّل فرز الأفكار وترتيبها في نسق متناسب مع الموضوع.

٥ - الاستخدام الأمثل للمخ؛ من خلال استخدام جانبي العقل (الأيمن والأيسر) في استنباط أفكار أصيلة.

٦ - تتيح إمكانية الاستعانة بالمعلومات المخزنة في العقل الباطن.

٧ - تسهِّل استخدام عملية العصف الذهني "استثارة العقل".

٨ - إيجاد علاقة وروابط بين الأفكار المختلفة.

٩ - تزيد القدرة على التركيز، واسترجاع المعلومات.

< **إن هذه الطريقة الرائعة تشبه وضع جميع مكونات جهاز ما على الطاولة قبل القيام بتجميعها وتركيبها؛** لتصبح آلةً أو جهازاً متكاملاً، فوضع جميع المكونات والمواد الخام الخاصة بالجهاز على الطاولة أمامك يجعلك تنظر إليها جميعاً، وتتعرف على الارتباطات التي بينها، وتُسهِّل بذلك عملية التركيب، وكذلك الحال في تجميع الأفكار، فوضعها جميعها على ورقة واحدة، وبسطها أمامك يتيح لك رؤيتها جميعاً، ورؤية هيكل الحديث، والصورة الكلية، واكتشاف الجوانب المغفلة، ويسهل ترتيب وتنظيم الحديث، ومعرفة ما يأتي أولاً من الأفكار وما يأتي ثانياً... وهكذا.

D**بينما الطريقة التقليدية تشبه مَن يأخذ كل جزء ويركبه مباشرة مع الجزء الثاني الذي سبق استخراجه،** ثم يفاجأ بوجود قطع كان يفترض تركيبها قبل ذلك أولاً.

كما أن تسجيل الملاحظات بالطريقة التقليدية على شكل كلمات في جمل وعبارات بخطوط طويلة مستقيمة يجعلك تركِّز فقط على الفكرة المعروضة؛ لأنها تحجب وتخفي الأفكار الأخرى، مما يحرمك من تكوين صورة كاملة عن الحديث لجميع جوانبه.

خطوات إعداد الشبكة أو الخريطة الذهنية:

الخطوة الأولى: أحضر ورقة، واكتب في مركزها (وسطها) الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه من حديثك، واحرص على كتابته بشكل مختصر، وهذا ما يجعل الهدف يمثل مصدر إشعاع تنبثق منه العديد من الأفكار.

الخطوة الثانية: دوِّن الأفكار حول الهدف، ثم ارسم دائرة حول كل فكرة من هذه

الأفكار لتحويلها إلى فكرة رئيسة، ومن ثم تفريعها إلى فقرات مثل شبكة العنكبوت وهكذا.

وبعبارة أخرى: قم بتشكيل عناقيد حول كل فكرة من الأفكار.

ويفضل استخدام ألوان لكل فكرة من الأفكار، مع ملاحظة كتابة كلمة كمفتاح للفكرة، أو رمز أو صورة، وليس جمل كاملة.

يقوم أسلوب طريقة التفكير المتحرر من خلال جلسة العصف الذهني (استثارة العقل) التي تسمح للجانب الأيمن من المخ (الخاص بالإبداع) بإكمال تدفق الأفكار على **مبدأين وهما:**

الأول: تأجيل الحكم على الأفكار: حيث يتطلب ذلك: أن تُدوِّن جميع ما يطرأ على ذهنك من أفكار حول هذا الموضوع؛ دون تمحيص أو تدقيق، وأن يتم التفكير بشكل إيجابي، ونشدد -هنا- على أهمية عدم انتقاد أي فكرة في هذه المرحلة؛ وذلك لضمان استمرار تدفق الأفكار وتنوعها، كما أن بعض الأفكار -التي قد تبدو غير منطقية- يمكن تجويرها لتكون من الأفكار الرائعة.

الثاني: الكم يولد الكيف: فكلما كثرت الأفكار المطروحة كان هناك تنوع فيها، وهذا يتيح أفقاً أوسع، وبيئةً خصبةً لتوليد الأفكار الجديدة الأصيلة.

وعليك استخدام التفكير الجانبي (الأفقي)؛ وذلك بالبحث عن الأفكار الرئيسة المختلفة والبدائل، ويشبه ذلك بالذي يحفر حفراً كثيرة في مواقع عديدة، ثم تقوم بالبحث بطريقة مغايرة؛ حيث يتم استخدام أسلوب التفكير الرأسي؛ وذلك بالرجوع لهذه الأفكار الرئيسة ومواصلة التفكير والتعميق فيها، وتفريعها إلى أفكار فرعية، ويشبه هذا الأسلوب بمن يحفر حفرة واحدة، ويحاول تعميقها والوصول إلى آخر ما يمكنه الوصول إليه.

الخطوة الثالثة: تتعلق باحتضان الأفكار؛ وذلك بترك العمل فترة من الزمن؛ من خلال الاحتفاظ بهذه الورقة المحتوية على ما دوَّنته من أفكار في جيبك؛ لتدع عقلك يبحث عن المزيد عنها؛ بحيث تبادر بتدوين أي فكرة تطرأ لاحقاً.

ولإشراك العقل الباطن والاستعانة بالمعلومات المخزنة فيه؛ ننصح بأن تنظر إلى هذه الورقة قبل أن تنام لفترة، ثم تنشغل بعدها بأعمال أخرى أو تنام، وسترى بأنه عادة ما يقوم عقلك الباطن بالرد على كثير من الأسئلة التي تخطر ببالك، وسوف تفاجأ بوميض بعض الأفكار؛ رغم عدم تفكيرك في الموضوع؛ خاصة أثناء أوقات الراحة، أو أثناء انشغالك بالأمور المعتادة، مثل انشغالك

بقيادة السيارة، أو أثناء جلوسك في اجتماع مطوّل.

وهذا يؤكد على أن اللاوعي قد استمر في العمل، وبدأ يقدم بعض الأفكار الإبداعية، وإيجاد روابط مع أفكار أخرى التي قد تبدو للوهلة الأولى أنها غير مرتبطة بالموضوع، وما لم تبادر فوراً بتدوين تلك الأفكار؛ فقد تُنْسى!

ومما يؤكد ذلك: أنك ربما -أيها القارئ الكريم- قد مررت بتجربة تذكرت فيها أفكاراً معينة عن موضوع سابق؛ رغم أنك منهمك في موضوع آخر.

الخطوة الرابعة: تقويم الأفكار: لقد انبثق لك العديد من الأفكار المتنوعة عن موضوعك والمتباينة في أهميتها ومدى ارتباطها بهدفك، وستجد أن بعضها لا يرتبط بالآخر.

والخطوة التالية لإعداد عرض منظَّم ومركَّز هو: تجميع الأفكار المتشابهة وذات الارتباط بعناقيد أو مجموعات من الأفكار التي تعكس العلاقات والارتباطات بين الأفكار، وسوف تكتشف وجود علاقات بين بعض الأفكار التي لم تخطر ببالك من قبل.

وبعد ذلك: قم بتمحيص ونقد الأفكار وتقويمها؛ على أن تأخذ بعين الاعتبار العناصر التي سبق لك تحليلها ومعرفتها، مثل: احتياجات الحضور، ورغباتهم، ومعلوماتهم عن الموضوع وطبيعة المناسبة... وهكذا.

ومن المفيد طرح أسئلة حول كل فكرة من هذه الأفكار، مثل:

- **هل هي مرتبطة بهدفي من الحديث؟**
- **هل تتناسب مع مستوى الحضور، وتشبع حاجاتهم؟**
- **هل هي مناسبة للحضور ثقافياً ودينياً واجتماعياً وعمرياً..؟**
- **هل هي مهمة، ويكفي الوقت للتحدث عنها؟**

وعليك أن تستبعد كل الأفكار المخالفة، وكذلك المعلومات الإضافية التي لا يتسع الوقت للحديث عنها.

الخطوة الخامسة: استكمل الأفكار التي تم اختيارها؛ ويتم ذلك من خلال الرجوع إلى مصادر المعلومات مثل:

- خبراتك وتجاربك الذاتية، أو خبرات زملائك: وتعتبر من أغنى المصادر،

ويتجاوب معها الحضور بشكل مذهل؛ على اعتبار أنك تشركهم في خبرتك أو خبرة زملائك مما يجعلها أكثر التصاقاً بالحضور من مجرد طرح الحقائق الواردة في المصادر الأخرى.

R **الكتب والدوريات والصحف والمجلات: وهي مصدر واضح للمعلومات والمواد**، ولا غنى عنها للحصول على دعم أفكارك وتكوين ملف عن حديثك.

وتمدك الدوريات المتخصصة بآخر وأحدث الأفكار المتعلقة بموضوع حديثك.

R **قواعد البيانات الإلكترونية الإنترنت: وتعتبر من المصادر التي تمَّ تطويرها مؤخراً**؛ حيث تسهل وتسرِّع عملية الوصول لأحدث المعلومات المطلوبة؛ إذ يمكن الوصول إلى مواقع لجهات أكاديمية وبحثية وتجارية وصحف ومجلات وجهات حكومية وملتقيات.

ولا يغيب عن فطنتك بأن ليس جميع المواقع موثوقة بصحة معلوماتها.

وهناك قواعد بيانات بالأبحاث والمقالات العلمية والكتب؛ وبعضها مجانياً، والبعض الآخر بمقابل.

لقد سهلت هذه التقنية للباحثين والدارسين الكثير من الجهد، ووفرت الوقت للوصول إلى معلومات كثيرة ومتنوعة؛ لم يكن الوصول إليها بالطرق التقليدية بالأمر السهل.

ثانياً: تنظيم الأفكار، وترتيبها:

بعد أن انتهيت من عملية استنباط الأفكار المتعلقة بحديثك، وتركتها فترة من الوقت بما يشبه الاحتضان؛ فقد حان الوقت للاستعانة بخدمات الجانب الأيسر من المخ المتعلق بالمنطق والترتيب والتنظيم؛ لوضع مجموعات الأفكار التي توصلت إليها في تتابع وتسلسل معين؛ يجعل حديثك يتدفق بشكل منطقي ومرتب، ويسهل على الحضور المتابعة والفهم.

ونود التشديد على أن طبيعة الموضوع هي التي تملي عليك أسلوب الترتيب المناسب لحديثك.

وسوف نورد فيما يلي بعضاً من أساليب التنظيم شائعة الاستخدام:

١- الترتيب الزمني أو التاريخي: في هذا الترتيب تصف ما حدث أولاً، ثم الذي يليه...

وهكذا يتم ترتيب الأفكار وفقاً لخط زمني، بحيث ترتب فيه حديثك على ضوء الماضي والحاضر والمستقبل: أين كنت؟ وأين أنت الآن؟ وأين ستصبح؟

٢- ترتيب المشكلة والحلّ: يدور هذا الترتيب حول مشكلة محددة، وتستعرض أسبابها وعواقبها، وتنتهي بتقديم الحل والعلاج؛ والذي يكون -في الغالب- دعوةً للقيام بفعل ما، أو وصف لما تريد من الحضور القيام به.

ونود هنا لفت انتباهك إلى ما سبق ملاحظته على بعض المتدربين؛ حيث يركزون على المشكلة، ويمضون وقت طويل في عرضها، ثم لا يعطي الوقت الكافي لوصف وتقديم العلاج، ولذا تأكد من تركيزك على الحل، وما يترتب عليه من فوائد للحضور، وما سيتم تجنبه من سلبيات.

٣- ترتيب الفوائد: ويناسب هذا التنظيم في طرح المنتجات والخدمات الجديدة؛ بحيث يتم استعراض ومناقشة المميزات والفوائد، مع التأكد من ربطها مباشرة بالحضور، ومدى ما سيتحقق لهم من فوائد، وما يمكن تجنبه من سلبيات.

٤- ترتيب المقارنة والموازنة: وفيه يتم المقارنة بين شيئين أو منتجين أو فكرتين أو جهتين... إلخ؛ بهدف إظهار تفوق فكرتك على فكرة أخرى.

فأنت لديك فكرة تريد إبرازها من خلال مقارنتها بفكرة أخرى قد تكون مماثلة أو بديلة أو منافسة لفكرتك، وتحديد أوجه الشبه والاختلاف بينهما.

وعليك الحذر عند اختيار ما تقارن به حتى لا يبدو عليك أنك في موقف المدافع عن نفسه،

فقد تخطئ باختيار شيء أو فكرة أفضل من أفكارك التي تتحدث عنها.

٥- **الترتيب المكاني: ويقوم على ترتيب الأفكار وفقاً لموقعها المكاني**، ويناسب هذا الترتيب موضوعات التحدث عن فروع الشركات والمنظمات، ومناطق الاستثمار، والفنادق والعقارات، والموضوعات الجغرافية، كأن تبدأ بمستوى المدينة، ثم بمستوى المحافظة، ثم بمستوى الدولة، ثم مستوى العالم.

كما يمكن اعتبار الترتيب المتجه من الأعلى للأسفل أو العكس، أو من الداخل للخارج والعكس؛ من ضمن الترتيب المكاني.

٦- **الترتيب بالترقيم أو بالأبجدية: ويتم فيه تقسيم الأفكار إلى بنود توضع في شكل قائمة مرقمة**؛ فقد تبدأ بذكر أربعة أسباب، ثم تفرّعها لعوامل بالأبجدية.

٧- **ترتيب الأجزاء: وهو عبارة عن تتابع للأجزاء المختلفة**، وطالما أنها متساوية في الأهمية؛ فيمكن تغيير الترتيب دون أن يتأثر الحديث.

٨- **ترتيب الفرص: وفيه تبدأ بوصف فرص معينة**؛ استثمارية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، وطريقة استغلال تلك الفرص، والعائد منها.

٩- **الحالة الدراسية: وهي عبارة عن**: عرض حالة معينة، وكيفية التغلب عليها، ويتم أثناء العرض تغطية جميع الجوانب المتعلقة بها، وبالحالات المماثلة.

ومثال ذلك: قيام باحث طبي بدراسة حالة مرضيَّة معينة؛ حيث يقوم -مثلاً- بإحصاء عدد المصابين بهذا المرض، ومسبباته، وأعراضه، وحجم ما ينفقه المريض على العلاج، وكيف تم اكتشاف العقار الجديد... إلخ؛ فيتم تنظيم الموضوع على أساس تسلسل حالة مريض معين.

وقد يكون الهدف الرئيس للباحث هو: تسويق الدواء، أو البحث عن مستثمر لتمويل إنتاجه بشكل تجاري.

١٠- **تنظيم تفنيد الحجج: تشير إلى الحجج التي تناقض وجهة نظرك**، ثم تفنِّد كلاً منها، وتوضح المغالطات أو المعتقدات -غير الصحيحة- التي تشكل أساساً لها.

١١- **الأسلوب القصصي: الاستعانة بقصة مؤثرة لتوظيفها في نقل أفكارك إلى المتلقي بين ثناياها**، أو يمكن أن تجعل العرض بكامله على شكل قصة.

وهذا الأسلوب يعتبر من أهم الوسائل المؤثرة في المتلقي؛ بسبب أن القصة تشد الانتباه، وتبقى في ذهن المتلقي وقتاً طويلاً، ويسهِّل عليه المتابعة والفهم، علاوة على أنها تؤثر في العقل الباطن، وتثير العاطفة، وتحول الأفكار المجردة إلى أفكار ملموسة.

١٢- **التنظيم وفقاً لأوائل الحروف:** وهي أن يتم أخذ الحرف الأبجدي من كلِّ فكرة رئيسة من الأفكار أو كل جزء، ويؤلف كلمة ذات ارتباط بالموضوع.

١٣- **أسلوب الاستدلال المنطقي: وفيه يتم تقديم عدد من الحقائق،** وتوضيح علاقاتها ببعض؛ حتى يتم استخلاص النتيجة المطلوبة.

١٤- **أسلوب الترتيب النفسي (السيكولوجي): وفيه يتم الترتيب وفقاً للحاجات النفسية؛** فتبدأ بالأهم أو الأكثر قَبُولاً أو بالمرغوب فيه، وتبدأ بالأخبار السارة قبل المحزنة، أو يكون البدء بالأسهل ثم الأصعب.

ومن ذلك: قوله ﷺ لمعاذ بن جبل رضي الله عنه حين بعثه لليمن: "**إنك تقدم على قوم أهل الكتاب؛ فليكن أول ما تدعوهم إليه عبادة الله، فإذا عرفوا الله؛ فأخبرهم أن الله فرض عليهم خمس صلوات في يومهم وليلتهم، فإذا فعلوا ذلك؛ فأخبرهم أن الله قد فرض عليهم زكاة تؤخذ من أغنيائهم فترد على فقرائهم، فإذا أطاعوا بها؛ فخذ منها، وتوق كرائم أموال الناس**". رواه البخاري.

١٥- **ترتيب وفقاً لتسلسل الوصف: يتم الترتيب حسب وقوع الخطوات،** مثل: خطوات البدء بعمل جديد، أو خطوات تركيب جهاز.

ما ذُكر آنفاً يعتبر مجرد أمثلة لأساليب التنظيم الشائعة، وليس حصراً لها، ونجاح كل منها يتوقف على مواقف وظروف معينة، وقد يجمع أسلوب ما بين عدد من الأساليب المختلفة.

وما يهمك عند الاختيار من بين هذه الأساليب هو: أن تختار ما يحقق هدفك، وأن تأخذ بعين الاعتبار اهتمامات الحضور.

كما أن لحسك الجمالي دور مهم في تحديد مدى مناسبة أسلوب معين أكثر من غيره.

ثالثاً: فن كتابة الموضوع[(١)]:

لضمان إعداد وتقديم حديث مؤثراً عليك النظر بعين الاعتبار إلى أن رأيك مجرد فكرة دون مغزى ما لم تثبت صحته، **حيث يقول تعالى:** ﴿وَقَالُواْ لَن يَدْخُلَ الْجَنَّةَ إِلاَّ مَن كَانَ هُوداً أَوْ نَصَارَى تِلْكَ أَمَانِيُّهُمْ قُلْ هَاتُواْ بُرْهَانَكُمْ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ﴾[البقرة: ١١١].

فعليك باختيار تلك الأسانيد بحرص؛ بحيث تكون دقيقة وصحيحة، ومرتبطة بالنقطة التي هي مدار البحث.

وكلما نوعت في استخدام تلك الأسانيد؛ زادت فرص نجاحك في إقناع الحضور بما تقول.

ولذلك يجب عليك التأكد من أن كل نقطة من نقاط حديثك تتضمن واحداً أو أكثر مما يلي:

١ - أدلة وبراهين تساند أفكارك:

وقد تكون هذه الأدلة: مستقاة من الشرع، أو أدلة منطقية، أو من أقوال العلماء والحكماء، أو شهادات الخبراء، أو من الأقوال المأثورة والحكم الدارجة والأشعار، أو من التجارب العلمية...

المهم: أن تستشهد بما يؤيد وجهة نظرك.

وعليك تجنب استخدام الاستدلالات الضعيفة؛ فهذا يعطي فرصة للطرف الآخر لاستغلالها في هدم قضيتك، وكلما كانت تلك الأسانيد حديثة ومحددة وموثقة؛ كان تأثيرها أقوى.

وتذكر.. أن الدليل الصحيح يقوي أفكارك، والضعيف يدمر قضيتك، كما أن الدليل الذي يعضده خبر مستقل أكثر إقناعاً من الحقائق المقدمة بمفردها.

ودراسة قضايا الأفراد أكثر إقناعاً من الرجوع إلى الدليل الإحصائي.

ومن المفيد: استخدام الأدلة الجديدة.

واعتاد الناس على تفسير الدليل من واقع مواقفهم؛ ولذا فإن الأدلة المتوافقة مع اعتقادات الطرف الآخر لها قدرة أكبر على الإقناع.

وتذكر.. أن الأثر الأولى للرسالة يتم في بدايتها، والأثر الأخير في نهايتها، وما بينهما قد ينسى.

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص١٥٢).

واحرص على سرد الأخبار السارة - أولاً- قبل المحزنة؛ لأنها تترك انطباعاً جيداً وتقرِّب الجمهور إليك.

٢- الأمثلة التوضيحية والأمثلة الواقعية التي تجسد ما تقول وتوضحه وتقرب الحديث إلى الأفهام:

(فالمثال يوضح المقال)، كما أن الأمثلة تعمل على تحويل التعميم المبهم والمجردات إلى دليل محدد.

وحسبنا أن الأمثال ذكرت في عدة مواضع في القرآن الكريم، منها:

قوله تعالى: ﴿وَاضْرِبْ لَهُم مَّثَلاً رَّجُلَيْنِ جَعَلْنَا لأَحَدِهِمَا جَنَّتَيْنِ﴾[الكهف:٣٢].

وقوله: ﴿إِنَّمَا مَثَلُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا كَمَاء أَنزَلْنَاهُ مِنَ السَّمَاء فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتُ الأَرْضِ﴾[يونس:٢٤].

كما أنها وردت بكثرة في الأحاديث الشريفة، منها -على سبيل المثال-:

ما رواه النعمان بن بشير رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ: «**مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم؛ مثل الجسد، إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحُمّى**». رواه البخاري.

وعن أبي موسى قال: قال رسول الله ﷺ: «**المؤمن للمؤمن كالبنيان، يشد بعضه بعضاً**». رواه مسلم.

٣- توظيف القصص (أي: استخدام الأسلوب القصصي)؛ والذي هو توظيف القصة للإيحاء بما تريد نقله أو مقارنته أو القياس عليه؛ سواء كانت القصة حقيقية أم خيالية.

2 فالقصة تحوِّل الأفكار المجردة إلى أفكار ملموسة، وتخاطب العقل الباطن، وتشد الانتباه، ويمكن تذكُّرها؛ لأنها تبقى في الذاكرة طويلاً.

كما أنها تمس العاطفة، وتسلي المستمع، وتلمح إلى الإمكانات والقدرات الكامنة وراء الطرق الحياتية المعتادة.

ولذا تعتبر من أقوى المؤثرات على المتلقي.

G دور العبارات والكلمات G

من وسائل الإثارة: استخدام الخيال في العبارات، وذلك باختيار الكلمات والمفردات التي تثير في النفوس ذكريات، وتبعث وترسم وصوراً في عقول الحضور، وتؤثر في الحواس؛ من خلال استخدام العبارات الصُّورية والعبارات السمعية والعبارات الحسية[1].

Z **ولا تنس..**

m **أن تستخدم الكلمات الإيجابية**؛ لتوضيح مزايا ما تقدمه وتعرضه على الحضور.

m **والكلمات السلبية**؛ لوصف ما تريد من الحضور أن يتجنَّبوه.

ووفقاً للهدف الذي تسعى إلى تحقيقه؛ حاول صياغة الجمال والعبارات لتصبّ في هذا الاتجاه.

وفيما يأتي بعض الإرشادات:

١- تلطيف أو تضخيم العبارات:

فإذا كان هدفك: تخفيف أهمية أمرٍ ما أو قضية معينة؛ فإن أفضل وسيلة هي: اختيار كلمات وعبارات مخففة لطيفة.

فمثلاً: غيَّرت عدد من الدول مسمى وزارة الحرب أو الحربية إلى وزارة الدفاع؛ فأضفى هذا التخفيف إيحاء للمتلقي بأن مهام الوزارة تنحصر في الدفاع عن البلد.

كما قام المختصون الأمريكيون بتغيير ما كان سائداً في السابق -عند الحديث عن حرب فيتنام وغيرها من الحروب- من عبارة (فضائع الحرب) إلى إجهاد الحرب، وسمّوا حرب (أفغانستان بحرب العدالة).

أما لو كان الهدف هو: تضخيم القضية وإثارتها؛ فسوف تستخدم كلمات وعبارات وجمل لها وقع شديد على المتلقي.

ومثال ذلك هو: وصف ونستون تشرشل رئيس وزراء بريطانيا (١٩٤٠ - ١٩٤٥ م) الاتحاد السوفيتي بعبارة: "الستار الحديدي".

---

(١) سنتعرض لها لاحقاً.

كما يتدرج ضمن ذلك: ما نسمعه حالياً من وصف الساسة ووسائل الإعلام الغربية بعض الدول بعبارة: "محور الشر".

٢- الإحصاءات:

اجعل الحديث نابضاً بالحياة... اجعله يتحدث بلغة الأرقام، فالاحتكام إلى الإحصاءات يقنع المتلقي، وكما يقال: فإن الأرقام لا تكذب.

ويمكن استخدام الإحصاءات وتفسيرها وفقاً للهدف الذي تسعى إليه، فلو فرضنا أن شركة معينة انخفضت أرباحها من (١٠% إلى ٥%)، وأنك مديرٌ لهذه الشركة، وتعرض هذا الأمر أمام مجلس الإدارة، فحتماً ستلجأ لتلطيف ذلك القول: إن الانخفاض في الأرباح طفيف جدّاً لا يتجاوز الخمسة في المائة.

بينما لو كنت من المساهمين وتريد تصعيد الموضوع؛ فستقول: إن الانخفاض في الأرباح كبير جدّاً؛ حيث انخفضت الأرباح بمقدار النصف.

وكِلاَ العبارتين صحيحتان في استخدام الأرقام؛ لكن التفسير هو الذي اختلف وفقاً لهدف المتحدث.

وإذا رغبت في التضخيم؛ يمكن استخدام عبارات مثل: "أكثر من الثلثين، أكثر من اثنين من ثلاثة"، في حين لو رغبت في التقليل والتلطيف؛ فقد تقول: "أقل من اثنين من ثلاثة، وأقل من ثلاثة أرباع".

ومثال آخر وهو أن تقول: إن في أحد مراكز البحوث (٣٠%) من علمائها لديهم شهادة الدكتوراه؛ مع أنه في الواقع لديها عشرة علماء، ومن ثَم فإن الـ (٣٠%) هم ثلاثة علماء فقط.

ويمكن استخدام قراءات العينات العشوائية المظللة لتأييد وجهة نظرك، مثل أن تقول: نسبة ثلاثة من أربعة يؤيدون فتح كلية في قريتنا؛ مع أن الشريحة التي أجري عليها الاستبيان هي (٤٠) شخصاً فقط من أصل (٤٠.٠٠٠) نسمة هم سكان القرية.

٣- استخدام أسلوب هامش الخطأ:

نفترض أن عينة عشوائية تضم ٥٠٠ شخص أجريت عليهم دراسة معينة، وتريد أنت أن تعرض نتائج لصالح فئة معينة؛ فيمكن أن تقول: نتائج الدراسة تفيد بأن (٥٥%) من الرجال يفضلون كذا، و(٤٠%) من النساء يفضلون كذا، و(٧٠%) من الأطفال يفضلون كذا.

وفي الواقع قد يكون الرجال أو النساء فقط (٤) أشخاص؛ مما يجعل هامش الخطأ كبير جدّاً ولا تمثل الشريحة.

كما أنه يمكن استخدام أسلوب جمع الإحصاءات، فمثلاً: إذا بنيت دراسة رضا العملاء عن منتج معين، وكانت النتائج كما يلي:

! ملخص استبيان دراسة رضا العملاء عن منتج:

مقتنع تماماً	مقتنع	مقتنع إلى حد ما	مستاء إلى حد ما	مستاء
١٦%	١٥%	٢٩%	٢٧%	١٣%

فيمكن أن تقول: إن (٦٠%) من العملاء يعتقدون أن المنتج جيد، وذلك أفضل من القول: إن (١٦%) منهم يعتقدون أنه رائع.

٤- المتوسطات:

(المتوسط، الوسيط، النموذج) قد يصف المتحدث أشياء شديدة المفارقة، وإذا لم يعلم المتلقي أي متوسط تم استعماله؛ فإنه من السهل جدّاً خداعه، كأن تقول: إن متوسط ما ينفقه الفرد على رعاية نفسه صحيّاً هو (٦%) من دخله؛ فهذا يعتبر للمتلقي رقم كبير... مع أن المتوسط في الدول المجاورة -مثلاً- هو (٢٠%) من دخل الفرد؛ ينفقها على رعاية صحته.

٥- التبسيط:

لا تنس أن تبسط أرقامك وعباراتك لتكون مفهومة وسهلة الاستيعاب؛ خصوصاً وأن الحديث موجه للأذن، ولدى المتلقي فرصة واحدة للفهم.

لقد أولع الغرب باستخدام التشبيه؛ وذلك لتقريب الفكرة للمتلقي.

ومن الأمثلة على ذلك: في كل عبوة ألمونيوم تستطيع إعادة تصنيعها؛ فإننا نوفر طاقة تكفي لتشغيل التلفاز لثلاث ساعات.

ومثال آخر: واحد في المليون هي كثانية في (١١.٥) يوم.

ومثال ثالث: تبلغ مساحته (٢٨٠٠٠) متر مربع، أي ما يعادل أربعة ملاعب كرة قدم..

كما أن الأرقام الكبيرة تتسم بصعوبة إدراكها، فقد يصعب على البعض معرفة الفرق بين المليون والبليون؛ ولذا إذا أردت أن تضخم مبلغ ما فعليك التأكيد على ذلك بالقول: إذا كنت ستعد

أوراق نقدية مبلغها بليون ريال، وكان عد الريال الواحد يستغرق ثانية، وأنك ستواصل العد (٢٤) ساعة؛ فإنك تحتاج إلى (٣٢) سنة حتى تعدها.

أو قد تلجأ لتوضيح ضخامة المليون بالقول: إن مليون ثانية تعادل (١١) يوماً ونصف، وأن بليون ثانية تعادل (٣٢) عاماً.

٦- الاستعارة والتشبيه:

لو تأملت في أسباب تأثير الشعر والحِكَم على العرب؛ لوجدت أن أحد أسبابها هو: استخدام التشبيه والاستعارة، بل وإن الحكمة أو بيت الشعر تجاوز الغاية لديهم إلى أن وصل إلى مرتبة الدليل القاطع.

ويُعرَّف التشبيه لغةً بأنه: التمثيل.

واصطلاحاً: بأنه اشتراك شيئين في صفة أو أكثر.

أما الاستعارة؛ فعرَّفها الجاحظ بأنها: «تسمية الشيء باسم غيره إذا قام مقامه، وهي تشبيه حذف أحد طرفيه»، وتستخدم الاستعارة لوصف شيء ما من خلال التعبير عنه بشيء آخر، ويتم من خلالها التركيز على خصائص معينة، وإخفاء خصائص أخرى؛ بحيث تتمكن من التأثير على المتلقي.

وتوظيف التشبيه والاستعارة يثير الخيال لدى المتلقي، ويخاطب العقل الباطن.

أمثلة على تأثير التشبيه والاستعارة:

يمكن الاستفادة من التشبيه في تقريب ما لا تقع عليه الحواس (أفكار مجردة) إلى ما تقع عليه الحواس، ومثال ذلك:

قول الله ﷻ في وصف مَن كذب بآياته ورفض الإيمان بها: ﴿فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ الْكَلْبِ إِن تَحْمِلْ عَلَيْهِ يَلْهَثْ أَوْ تَتْرُكْهُ يَلْهَث﴾[الأعراف:١٧٦].

فهنا أخرجت الآية ما لا تقع عليه الحواس إلى ما تقع عليه الحواس، وهو لهث الكلب.

ولذا تؤثر الفكرة على المتلقي عند المقارنة مع الكلب الذي مهما تفعل معه؛ فلن يترك اللهاث.

وقوله تعالى: ﴿مَثَلُ الَّذِينَ حُمِّلُوا التَّوْرَاةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ الْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا﴾ [الجمعة:٥].

فهنا شبَّه ما يعرف بالبديهة إلى ما لا يعرف بالبديهة؛ بحيث قرب للذهن أن ما يجمع الأمرين هو الجهل بالمحمول.

ومن الاستعارة: قول الحجاج بن يوسف الثقفي في خطبته لأهل العراق: «إني لأرى رؤوساً قد أينعت وحان قطافها، وإني لصاحبها»، فأصل الجملة: إني لأرى رؤوساً: كالثمرات قد أينعت..، فحذف المشبه به وهو "الثمرات"، فرسمت هذه الجملة صورة مؤثرة تتمثل في تخيل الرؤوس قد تمثلت في صورة ثمرات.

وتأمل هنا قول الشاعر:

قوماً إذا الشر أبدى ناجذيه لهم　　　طاروا إليه زرافات ووحدانا

فقوة تأثير هذا البيت تكمن في الاستعارة المتمثلة في كلمة "الشر"؛ حيث شبه الشر بحيوان مفترس، ثم حذف المشبه به "الحيوان المفترس"، ورمز له بشيء من لوازمه وهي عبارة "أبدى ناجذيه".

ومن ذلك -أيضاً- قول الشاعر:

وإذا المنية أنشبت أظفارها　　　ألفيت كل تميمة لا تنفع

فهذه جسدت الفكرة وصورتها بصورة مفزعة؛ مما جعل التأثير كبير على المستمع.

والشواهد كثيرة في هذا المجال.

أسلوب التفنيد:

وهو مناقشة الأفكار المخالفة، ونقضها لمحو أثرها المستقبلي، فيمكن لك أن تتوقع ما قد يُطرح من أفكار مخالفة لحديثك، وأن تشير إليها، ومن ثم تبين مثالبها، ونقاط الضعف فيها؛ لتتمكن من نقضها.

وبهذه الطريقة تعمل على تحذير المستمعين من الأفكار المخالفة.

@ وهذا الأسلوب يشبه **جرعات التلقيح ضد الأمراض في مجال الطب**؛ حيث يتم حقن الإنسان بجرعة مخففة من جراثيم المرض لكي يحصَّن ضد هذه الأمراض.

ربط الحقائق، وأثارها بالحضور:

في عدد كبير من الكلمات التي يلقيها المحاضرون تجد أنهم يسردون الفوائد المتعلقة بموضوع حديثهم، ويفترضون أن المتلقي سيقوم تلقائياً بالربط بين تلك الفوائد وانعكاسها عليه؛ وبالتالي سيفهم، وسيتأثر بما قيل.

ولكن هذه الطريقة غير جيدة؛ لأنك عندما تعرض فكرة أو تسوق منتج أو اقتراح أو مشروع معين؛ فإنك تحاول إقناع المتلقي، وحتى تنجح في ذلك فلا بد من تعريفه بالآثار المترتبة عليه، وربطها به بشكل مباشر؛ سواء تلك الفوائد الناجمة عن تنفيذ ما تطلب منه أو الأضرار الناتجة عن عدم تنفيذه.

وبعبارة أخرى: وضِّح ما مدى فائدته من العرض وما مدى خسارته من جراء رفضه له.

وعلى سبيل المثال: عندما تقول: "إن للثوم فوائد عديدة"؛ فهذه حقيقة عامة تتعلق بالثوم، بينما لو قمت بربطها بالمتلقي مباشرة؛ كأن تقول: (تناولك لعشرة غرامات من الثوم يوميّاً، يجعلك تستغني عن دواء الضغط أو عن المضادات الحيوية)؛ فإن تأثيرها أقوى وأقرب للإقناع؛ لأن هذه العبارة تتعلق بالمتلقي وليس بالثوم.

فهناك فرق بين التحدث عن مزايا وسمات شيء معين، وبين توضيح وسائل الاستفادة من هذه السمات بالنسبة للمتلقي.

(**فالحقائق المحددة أكثر إقناعاً من الحقائق العامة**، وبطبيعة الحال ستختار الآثار المرتبطة بالمتلقي، وهذا ما يجعل معرفتك للحضور مسألة في غاية الأهمية.

أسلوب المقارنة:

تعتبر المقاييس نسبية، فالجمال والقبح والطول والقصر تختلف باختلاف ما يتم المقارنة به، وحسب الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه تستطيع اختيار ما تُقارن به.

فإذا كان هدفك: التضخيم والمبالغة؛ فعليك المقارنة بشيء أقل منه، والعكس صحيح.

إذا أردت التقليل؛ فتقارن بما هو أحسن أو أضخم منه.

ويؤدي هذا الأسلوب إلى التأثير في المقاييس والمعايير لدى المتلقي.

وكمثال على ذلك: لو افترضنا أنك صاحب مكتب عقاري وتريد بيع منزل؛ فالأفضل أن تأخذ العميل في البداية إلى منزل سيئ، ثم بعد ذلك تأخذه إلى المنزل المراد بيعه، فهذا كفيل بقيام العميل بتقييم المنزل بأكثر مما يستحق؛ نظراً لأنه سيقارنه بالمنزل السابق.

والمثال الآخر: هو أن أحدهم أراد الحصول على مبلغ عشرة آلاف ريال من قريب له، وعندما ذهب إليه طلب أن يقرضه أولاً مائة ألف ريال، وعندما بدأ هذا الأخير في البحث عن

الأعذار؛ اقترح عليه أن يأخذ منه عشرة آلاف وبقية المبلغ يأخذه من أشخاص آخرين، فوافق مباشرة.

ومثال ثالث: لو أعطي أحدهم ابنه المراهق مائة ريال؛ فسيفرح بها، ولكن لو اكتشف أن أباه أعطى لأخيه الأصغر منه مبلغ خمسمائة ريال؛ فسوف تتحول فرحته إلى غضب؛ لكونه قارن بين ما ناله وما نال أخاه.

سابعاً: العاطفة:

إذا كان المنطق والأدلة والبراهين تقنع النمط الفكري من الحضور؛ فإن هناك نمطاً أخراً لا يتأثر كثيراً بها؛ ولكنه يتأثر ويقتنع بالعاطفة، وهو النمط الحسي؛ حيث نجد أن كثيراً من قرارات أصحاب هذا النمط تُبنى على العاطفة باعتبارها المحرك الأساسي لهم.

D **ولا يعني هذا القول: أن العاطفة تحرك هذا النمط فقط دون غيره من الأنماط**؛ بل إنها تؤثر على جميع الأنماط نظراً لما تمتاز به من ميزات، فهي تغير السلوك بشكل أسرع مما يفعله المنطق، وتجعل الحضور -بسبب المناقشات التي تثيرها العاطفة- يتخلصون من سلوكهم الدفاعي، كما أنها تتطلب مجهوداً أقل مما يتطلبه المنطق.

ومن جهة أخرى؛ فإن الحديث المبني على العاطفة يكون أكثر متعة.

الخوف:

يعدّ الخوف من المشاعر الإنسانية، ولذا يستخدم أسلوب التخويف باعتباره من أكثر الدوافع قوة في التأثير في الناس، ولقد تنبَّه الساسة إلى ذلك؛ فوظفوه في خطبهم، فبعض الكلمات مثل: الشيوعية، الصهيونية، الماسونية... إلخ لها تأثير قوي في المتلقي.

كثيراً من المتحدثين يركزون في أحاديثهم على المزايا والإيجابيات لتسويق أفكارهم، ولا غبار على استخدام ذلك؛ فهي طريقة قوية للإقناع وبالذات لأصحاب برنامج الاقتراب أو الاندفاع الذين يتحركون وتحفزون ويتفاعلون مع الإيجابيات.

" **ولكن المشكلة تكمن في أن كثيراً من المتحدثين يغفلون أمراً مهماً آخر، وهو:** الإشارة إلى السلبيات الناتجة عن عدم القيام بما يريدون؛ فيفقدون بذلك التواصل مع النمط الآخر من الحضور، وهو النمط الابتعادي، أو الحذر الذي يحركه ويحفزه الخوف.

والخوف من الخسارة أكثر إقناعاً من الربح؛ لأنه يمس المشاعر مباشرة.

ويرى عالم النفس آموس تفرسكي بجامعة ستانفورد أن الناس أكثر حساسية للدوافع السلبية من الدوافع الإيجابية، فخسارة مبلغ ألف ريال أكثر تأثيراً من متعة ربح عشرة آلاف ريال.

ولذا حاول توظيف الخوف وإثارته لدى المستمع؛ بحيث يكون هناك توازن بين التركيز على الإيجابيات والسلبيات؛ وذلك لضمان إيصال رسالتك لأكبر عدد من الحضور.

الأساليب المقنعة في التنظيم:

هناك بعض الأساليب المستخدمة في تنظيم الحديث التي بينت التجارب قوتها الإقناعية من خلال انسياق المتلقي لوجهة نظر المتحدث.

ومن هذه الأساليب:

١ - حل المشكلة: يلجأ بعض مقدمي العروض والمتحدثين إلى اختلاق مشكلة معينة؛ وإيجاد حل لها، وينفع هذا الأسلوب عندما يكون الحضور غير مدركين بالمشكلة التي تتحدث عنها.

٢- السبب والمؤثر: إذا ما أردت التأكيد على الأسباب؛ فعليك أن تناقش الآثار - أولاً- ثم بعد ذلك تفحص الأسباب، أما إذا أردت تسليط الضوء على الآثار المترتبة، فيفضل أن تبدأ بتقديم المشكلة كموضوع رئيس ثم تتوسع في مناقشة آثارها.

٣- سلسلة التحفيز (The Motivated Sequence): **التي طورها آلان مونرو في كتابه**: «Alan Monroe. Prenciples and Types of Speech».

) وتتكون مما يلي:

أ- إثَارَة الانتباه Attention: وهي الخطوة الأولى التي يجب عليك القيام بها.

فمن المهم لفت المستمعين لموضوعك أو قضيتك المعروضة، وقد أشرنا فيما سبق إلى أهمية البدء بمقدمة قوية تثير اهتمام الحضور؛ كأن تبدأ بقصة أو بسؤال يستثير العقول ويحثها على التفكير، أو أن تصدم قناعات الحضور بفكرة مخالفة غير متوقعة.

ب- الحاجة Need: **وهو**: أن تعرفهم بالمشكلة وتُشعِرهُم بأنهم يفتقدون شيء ما، وتحاول إقناعهم بأن موضوعك يهمهم ويؤثر فيهم مباشرة؛ وذلك بالربط بين الآثار وانعكاسها عليهم.

جـ - الرضا Satisfacition: بعد اختلافك للحاجة؛ وضِّح -من خلال نقاطك-

كيفية حل المشكلة، وكيف أن ذلك يصب في مصلحتهم ويشبع حاجاتهم.

د- التصور Visualization: حاول -أيضاً- الإيحاء لهم برسم صورة مشرقة للمستقبل؛ نتيجة لتبني ما قدمته من مقترحات، وحاول أن تجعلهم يتصورون ذلك باستخدام جميع الحواس؛ ليصبح التصور مثل الحقيقة تماماً؛ بحيث يرون الصورة، ويسمعون الأصوات، ويحسون بالمشاعر، ويتذوقون الطعم، ويشمون الروائح، ويمكن -أيضاً- رسم صورة سلبية للمستقبل؛ بتضخيم الآثار السيئة إذا لم يتبعوا اقتراحاتك.

هـ- الفعل Action: وفيه تحديد للحضور ما يجب عليهم اتخاذه، وهو: تبني مقترحاتك.

مخطط التركيز والتخفيف:

قام (هوف رانك) بتطوير نموذجاً يوضح كيفية تفكير محترفي الإقناع لإظهار ما يريدون، وإهمال ما لا يريدون، وشد الانتباه إلى النقاط المرغوبة، وذلك من خلال استخدام أساليب، مثل:

R التركيز: وذلك على نقاط القوة في أفكارهم ومقترحاتهم، وعلى نقاط الضعف في الأفكار المخالفة لهم، وتكرار ذلك حتى تترسخ في ذهن المتلقي، وهذا الأسلوب -غالباً- هو ما يستخدم في الإعلانات التجارية والدعائية.

R التخفيف: وذلك بالقليل من نقاط الضعف في أفكارنا أو من نقاط القوة في الأفكار المخالفة، ويتم ذلك من خلال حذف أو إغفال بعض المعلومات المخالفة، أو تقديم جزء من الحقيقة، أو عن طريق تحويل الانتباه وإبعاد التركيز على نقاط الضعف في أفكارنا أو نقاط القوة في الأفكار المخالفة.

كما يمكن اللجوء إلى تعقيد قضية أو فكرة بسيطة؛ من خلال استخدام المصطلحات بدلاً من اللغة البسيطة المباشرة، أو بالإشارة إلى أنها مجرد أفكار غير مبرهن عليها، أو أنها تطبَّق في سياق أو ظروف معينة، أو أنه لا يوجد إحصاءات دقيقة تؤكد ذلك...

الموافقة تجر الموافقات:

يقول المختصون في المفاوضات: إن أي فرد يوافق على ثلاث أو أربع طلبات متتالية؛ فمن المرجح موافقته على الطلب الخامس، فعندما توافق على شيء صغير؛ فستشعر بالتعهد بالموافقة

على شيء أكبر منه.. وهكذا.

فالموافقة الأولى اليسيرة قد تؤدي إلى وعود لاحقة أكبر منها، وبطبيعة الحال فالالتزامات المكتوبة أكثر فاعلية من الوعود الشفهية؛ كما أن التعهدات العلنية أقوى من التعهدات التي تتم على انفراد، ولذا يعمد مدربي الرياضة، وكذلك مراكز تخفيف الوزن إلى حث عملائهم على كتابة التزاماتهم خطيّاً، ونشرها بين أصدقائهم؛ ليكون ذلك حافزاً لهم على تنفيذها، ولذا عندما ترغب في الحصول على موافقة؛ فابدأ بالحصول على التزام يسير، ومن ثم تحويله إلى التزام أكبر.

وإليك بعض النصائح في كتابة الموضوع[1] :

١- **حاول دائماً إذا كتبت أو حضّرت موضوعاً**: أن تكتب جملاً كاملة؛ ولا تكتفي بالترميز.

٢- **اكتب فكرة واحدة لكل نقطة فرعية**، ثم لخصها بحيث لا تزيد عن سطر واحد.

٣- **تذكر وأنت تكتب كل جملة أنها**: ترتبط بالهدف.. أنها شيقة وممتعة.. وأنها ذات علاقة بالمستمعين.. وأنها جملة قصيرة.

٤- **تلطّف، وليكن كلامك مؤدباً ومراعياً لجميع الحضور**، ركّز على موضوع واحد فقط؛ ولا تخرج عن الموضوع.

٥- **اعلم أن الناس تتذكر من (٣- ٧) نقاط فقط**؛ فاجمع نقاط الموضوع المتشابهة واجعلها في (٣ إلى ٧) بنود فقط وكذلك تحت كل بند اجمع النقاط المتشابهة كذلك.. وهكذا.

٦- **حضّر معلومات أكثر مما ستلقي فعلاً**؛ فلعلك تحتاجها للإجابة على الأسئلة.

٧- **استعن بالخبراء، واستشر المختصين**؛ ليساعدوك في التمكن من النقاط الصعبة.

٨- **لا تحاول الحديث عما لا تفهم بعمق.**

٩- **ركّز على الاستشهادات والإحصاءات**، ولا تكتفي بأصل المادة.

١٠- **أن تكون كلماتك سهلة ومعروفة**؛ فأعلم أن كل صفحة مكتوبة بالكامل تأخذ في المتوسط (٣-٤) دقائق عند الإلقاء.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٣٣)، و"فنون خطابية، ومهارات إلقائية"، ماجد بن جعفر الغامدي.

١١- **اكتب المقدمة والخاتمة** عند الانتهاء من الكتابة، واجعلهما مؤثرتين، وبينهما ارتباط.

١٢- **اختصر المقدمة والخاتمة** للخطب القصيرة، واجعلهما مباشرتين، وأطلهما قليلاً للخطب الطويلة.

عند الانتهاء من كتابة الخطبة؛ راجع: المضمون، التنظيم، الأسلوب، اللغة، القواعد النحوية.

١٤- **احتفظ بنسخة احتياطية** في مكان -السيارة مثلاً-.

١٥- **اقرأها، وتدرّب عليها قبل إلقائها.**

١٦- **المسودة الأولى: اكتب كل الموضوع**، ولا تدقق، ثم اطبعه على الكمبيوتر؛ ليسهل تصحيح الأخطاء -إن وجدت-.

١٧- **اطلب تقييم الآخرين في جميع مراحل الكتابة.**

١٨- **الاختصار النهائي: تأكد من طول الموضوع**، وأنه مناسب للوقت، واختصر إن لزم الأمر.

وفي كتابتك النهائية للموضوع راعي التالي:

- **اكتب بخط كبير.**
- **اترك فراغاً مناسباً بين السطور.**
- **لا تنس ترقيم الصفحات.**
- **لا تدبس الأوراق ليسهل تحريكها.**

الأفضل أن لا تكتب المقدمة والخاتمة إلا بعد الانتهاء التام من الإعداد.

وحاول في مقدمتك أن تجذب الانتباه، وتذكر هدفك، ثم تعط فكرة عامة عن موضوعك.

وأما في الخاتمة؛ فلخص ما ذكرته خلال كلامك، وذكرهم بالأشياء العملية التي خلصت إليها؛ حتى تبقى راسخة في أذهانهم.

افعل ولا تفعل..
فيما يخص كتابة الخطبة[1]

ü صواب	û خطأ
R الجمل القصيرة.	x الجمل المعقدة.
R الكلام المؤدب والمراعي لجميع الحضور.	x الحديث المثير للطائفية أو الحسّاس سياسيّاً.
R الكلمات السهلة والمعروفة.	x الكلمات الصعبة وغير المفهومة.
R إحصاءات واضحة.	x إحصاءات معقّدة.
R استشهادات جديدة.	x اسشهادات معروفة ومشهورة.
R أمثال معروفة.	x أمثال شعبيّة في بلد لا يعرفها (إلا إذا شرحتها).
R شرح المصطلحات (إذا اضطررت).	x مصطلحات غير مفهومة بدون شرح.
R التخصيص (بعض الناس).	x التعميم (الكل. الجميع).
R الكلام بالفصحى.	x الكلام الذي لا يشكل صوراً في الذهن.
R كلمات تخاطب إحدى الحواسّ، أو تشكّل صورة في الذهن.	x عدم المقارنة أو المقارنة بشيء لا يعرفه الناس.
R المقارنة مع أشياء معروفة.	x الكلام الجاف الذي ليس فيه بلاغة.
R استعمال الكناية والتشبيه والاستعارة.	x المبالغة الواضحة.
R تكرار بعض الكلمات الهامة (بشكل معقول).	x التكلّف والتقعّر.
R الجمع بين الكلمات المتناقضة (أظلمت الشمس).	x الحديث المهين للنساء.
R تقديم وتأخير الكلمات (بشجاعة تقدم القائد).	x الكتابة للعين (للقراءة).
R البساطة والكلام الطبيعي.	x الخلط بين أكثر من صيغة للجمل.
	x لا تكتب الفعل بصيغة المبني للمجهول.

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٣٤).

R مدح النساء. R الكتابة للأذن (الكلام سيسمع ولن يُقرأ). R الكتابة بالقواعد نفسها؛ إما جمل اسمية، أو فعلية، في الماضي أو الحاضر. R عند استخدام الجملة الفعلية اكتب بصيغة المبني للمعلوم.	X لا تكثر من السّجع؛ فهذا سيجعل خطابك مصطنعاً ويشعر الجمهور بأنه مُعَدٌّ في العصور القديمة.

أمثلة على الاستشهادات [1]**:**

وتسمى -أيضاً-: (نقاط الدعم)؛ وذلك لأنها تدعم حديثك وتقويه؛ فاحرص أن تدعم كل نقطة باستشهاد واحد على الأقل.

وهي أنواع:

المثال	المميزات	لأفضل النتائج
آية قرآنية	١ - تدعم الموضوع بقوة. ٢- تزيد من قوة قناعة الجمهور بفكرتك. ٣- تريح السامعين لكونك تستند إلى دليل على حديثك.	١ - احفظ النص جيداً ولا تخطئ في لفظ الكلمات. ٢ - احرص على تلاوة النص حسب أصول التلاوة والتجويد (قدر المستطاع). ٣- حاول ألا تستخدم المشهور منها.
حديث شريف		١ - تأكد من صحة الحديث. ٢ - احفظ المتن وانقله بدقة. ٣- غيّر نبرة صوتك عند القراءة. ٤ - فسّر الكلمات الغامضة.
قصة مثيرة	١ - تغيّر السلوك وتربي الفكر.	١ - احرص على أن تكون جديدة

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٣٧).

	٢- تحوّل المعاني المجردة إلى وقائع محسوسة. ٣- تقرب المعنى المراد إلى الأذهان. ٤- تزيد من تفاعل الجمهور.	ومثيرة. ٢- وزعها أثناء حديثك، ولا تجعلها متتالية. ٣- خذها من: ± القرآن ﴿فَاقْصُصِ الْقَصَصَ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ﴾[الأعراف:١٧٦]. ± السنن. ± التأريخ. ± وقائع الحياة المعاصرة. ٤- اجعلها بسيطة ومباشرة.
المقارنات	تثبت الصورة في الأذهان	قارن بشيء يعرفه الجمهور
معلومات (أخبار)	تزيد قناعة السامعين بموضوعك	١- تأكد من صحة المعلومات أو الخبر. ٢- اذكر مصدرها. ٣- احرص أن تكون لها علاقة مباشرة بالموضوع.
إحصاءات	تعتبر من أحسن الوسائل لبيان العلاقات وإثبات صحة القول إذا ما أُحسن استخدامها. وباستخدامها يمكن أن تضيف أثراً دراميّاً مقنعاً لجوانب وعناصر كان من الصعب فهمها.	١- قربها ليسهل حفظها. ٢- اطرحها ببطء لتؤكد نقطتك. ٣- اعرضها بوسيلة إيضاح ولا تكتف بقولها. ٤- لا تكثر منها فستصبح مملة. ٥- تأكد من دقتها وحداثتها. ٦- قارنها بشيء يعرفه الناس.
أقوال	تعتبر الأقول عامل تأييد ومساند قوي	١- تأكد من صحة نسبة القول إلى

	للأفكار التي تسوقها أثناء حديثك؛ خصوصاً إذا كنت لأناس مشهورين، أو لهم مكانتهم بين الناس.	صاحبه واستعن بأسماء معروفة. ٢ - انقل الكلام بحذافيره. ٣- اذكر المصدر الذي نقلت منه الكلام. ٤ - استعن بأقوال الصحابة والتابعين وعلماء المسلمين وأهل النظر والفكر.
المثال	١ - يُساعد في كسب القناعات. ٢ - يقرّب الفكرة المراد توضيحها. ٣- يدعم الأقوال والأفكار. ٤ - حتى تحقق التأثير المطلوب اجعله مرتبطاً بالمستمع. ٥- يضفي طابعاً إنسانيّاً على الموضوع. ٦ - يشحذ الذهن للتذكر والتفكير.	١ - قد يكون حقيقيّاً أو افتراضياً. ٢ - استعن بـ: ¤ الأمثال في القرآن. ¤ الأمثال في الحديث. ¤ الأمثال في أقوال الصحابة والسّلف.

إرشادات لاستخدام الاستشهادات:

- **استعمله في المكان المناسب.**
- **اجعله مسلسلاً مع الكلام.**
- **اذكر الاستشهاد ثم القائل.**
- **كن دقيقاً في النقل.**
- **ليكن مناسباً للجمهور.**
- **لا تستعمل استشهاداً مشهوراً.**
- **اكتبه كاملاً في البطاقات التذكيرية.**
- **احفظه ولا تقرأه.**
- **اجمع الاستشهادات للمحاضرات المستقبلية.**
- **أعد صياغته (إذا احتجت لذلك في بعض الأنواع).**
- **إذا لم تعرف اسم القائل أو لم تعرف كيف تنطقه، فلا تذكره؛ بل قل: قال أحد العلماء أو الفلاسفة أو المفكرين.**

G أشكال كتابة موضوع[(١)] G

يترتب شكل كتابة الموضوع على طريقة الإلقاء، ولذا -دائماً- نقول ونكرر: تحضير وإعداد الموضوع أمر مرتبط تماماً بالإلقاء وطبيعته، ويتخذ الصور التالية:

١- القراءة فقط:

بحيث يكون الموضوع معد ليقرأ كاملاً، لكن قراءته ستؤدي إلى قتل الموضوع، وعدم التأثير؛ لكون القراءة تؤدي إلى:

- D إملال الحضور.
- D عدم توظيف لغة اليدين، وتعطيل الاتصال البصري.
- D تعطيل إمكانات الصوت، وجعله على وتيرة واحدة.
- D عدم القدرة على معرفة الوضع العام للقاعة والحضور.
- D انخفاض الحماسة، ووجود ما يسمى بالحديث الرسمي المتكلف.

ولكن لا بأس بها في بداية الأمر؛ وخاصة إذا كان المتحدث جديداً على الإلقاء حتى يتدرب ويتمرس، ثم ينتقل إلى مستوى أعلى.

لكن قد تضطر لكتابة كل الخطب؛ وذلك عندما يكون الموضوع هامّاً؛ كالخطب السياسية، أو الرسمية (فوجود نص مكتوب بين يديك يسمح لك بتوصيل أفكارك بثقة نابعة من فهمك، ودرايتك بالموضوع).

٢- استيعاب كامل الموضوع:

إلماماً تامّاً بفرعياته وشواهده وتدرجه، وهذا يجعل الطرح أقوى، وذلك مع التأكيد على الاستيعاب الكامل؛ بحيث لا يخل بأي شيء منه، وهذا يكون نتاج قراءة وإطلاع مكثف على الموضوع، وإلقائه أكثر من مرة؛ مما يجعله محفوظاً للملقي.

---

(١) "فنون خطابية، ومهارات إلقائية"، ماجد بن جعفر الغامدي.

٣- نقاط رئيسية:

بحيث لا يكتب الملقي جميع ما يريد أن يقوله بالتفصيل، ولكن يضع أهمها؛ فيكتفي بالعناوين العامة؛ ويدون ما قد يحتاج إلى نصه، أو قد يصعب حفظه من آيات، وأحاديث، وأبيات شعرية، ومقولات، وإحصاءات، وأرقام.

فهذه الطريقة تجعله يتفاعل أكثر مع موضوعه، ومع أعين الجماهير، ويطرح ما يحتاجه من أمامه لا أن يطرح ما هو مكتوب في ورقته (ولعل هذه الطريقة هي أفضل الثلاث).

قواعد استعمال الخطوط العريضة والبطاقات[1]

R افعل	x لا تفعل
ü استعمل البطاقات الصّغيرة؛ فهي أفضل؛ لسهولة وضعها في الجيب.	O لا تكثر من البطاقات.
ü استعمل البطاقات الكبيرة إذا: ١ - كنت ستستعمل إحصاءات كبيرة. ٢ - كان خطّك كبيراً.	O لا تعتمد عليها اعتماداً كليّاً.
ü ضع حولها مطاطاً يجمعها، أو مشبكاً ورقيّاً؛ حتى لا تقع وتختلط.	O لا تكتب عليها كلاماً كثيراً.
ü اكتب كلمات تلّخص النّقاط الرئيسة أو الفرعية.	O لا تكتب الكلام بلون واحد، ولكن اكتب النقاط المهمة بلون بارز.
ü اكتب الإحصاءات والاستشهادات التي لم تحفظها.	O لا تنشغل بالبطاقات عن الجمهور. O لا تكتب أكثر من نقطة واحدة في كل بطاقة.
ü اترك أسطراً فارغة بين الكلمات في كل بطاقة.	
ü حاول ألا تستعمل أية أوراق (فقط الوسائل البصرية فهي كافية).	O لا تترك البطاقات بدون ترقيم (تخيل ماذا سيحدث لو سقطت منك!).
ü تمكن من موضوعك حتى لا تحتاج إلى	O لا تكتب كل كلمة وإلا ستضطر إلى

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٥٦).

أوراق. ü استعمل البطاقات إذا كنت: ١ - غير متمكن من الموضوع. ٢ - تلقي الموضوع للمرة الأولى. ٣ - تلقي موضوعاً معقداً. ٤ - لا تريد استخدام الوسائل البصرية؛ لعدم مناسبتها.	قراءتها. (القراءة تجعلك تبدو غير محترف؛ عدا الخطب المهمة سياسيّاً أو قانونيّاً أو البيانات الصحفية). O لا يعني وجود كل كلمة أمامك أنه يمكنك أن تتدرب أقل.

جدول تلخيص خطوات الكتابة(١)

الخطوات	التفصيل
١ - الإعداد	حدّد الموضوع، حلّل الجمهور، حدّد الهدف، أبدع أفكاراً
٢ - جمع المعلومات	من: الكتب، الإنترنت، الحديث مع الخبراء..
٣- التنظيم	انظر الفقرة السابقة في تنظيم الخطبة؛ واختر طريقة من الطرق الموضحة.
٤ - المسودة الأولى	اكتب الموضوع كله ولا تدقق، ثم اطبعه على الكمبيوتر؛ ليسهل تصحيح الأخطاء -إن وجدت-.
٥ - التقييم الأول	قيّم وعدل ما كتبت، وتأكد أنه مناسب للجمهور وللهدف.
٦ - التدريب	ألقه على مجموعة من الأقرباء والأصدقاء، واستمع لرأيهم.
٧- التعديل	عدِّل بناءً على تقييمك والملاحظات: أضِف، ألغ، عدّل، أعد الترتيب
٨- التّدقيق	دقّق اللغة، وصحّح الأخطاء اللّغوية؛ وخاصة إذا كانت الخطبة ستطبع (حتى لو لم يكن سيقرؤها أحد).
٩ - المراجعة النّهائية	ألقِ نظرةً أخيرة، وتأكد أن كل شيء في مكانه الصحيح.
١٠ - الاختصار النهائي	تأكد من طول الموضوع وأنه مناسب للوقت واختصر إن لزم..

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٤٨).

G فوائد للخطيب الطموح G

2 العناوين الجذابة[1]:

العنوان هو أول اتصال لك بالجمهور، وقد يكون الأخير؛ وخاصة للمحاضرات المعلن عنها، وهو أول شيء يسمعه الناس عن حديثك.

وتعتمد أهمية عنوان حديثك على أهمية الدور الذي سيؤديه؛ فحينما ترغب في تشجيع الناس على الحضور؛ فإن العنوان الجذاب خير وسيلة لدعوتهم وجذبهم، وتشويقهم لمعرفة المزيد عن الحديث.

فتلاحظ إن مُعدِّي برامج التلفاز والصحف والمجلات أساتذة في هذا المجال؛ لأنهم ينتقون عناوين جذابة لبرامجهم ومقالاتهم لجذب الجمهور.

والمتحدث الخبير يجعل العنوان جزء من إستراتيجيته لجذب الناس لحديثه.

ومن المعروف أن العناوين لا تتضمن جميع أجزاء الكلام التي تحتوي عليه الجمل الكاملة، مثل أدوات الربط، وحروف الجر، والفاعل والمفعول... بل تكتب بشكل مختزل؛ نظراً للحاجة لتقليل الكلمات المستخدمة؛ لكي تشد العين، ويسهل قراءتها بسرعة.

بعض الإرشادات لاختيار العنوان:

١ - جعل العنوان يستحوذ على جوهر رسالتك.

٢ - من المهم أن يخلق صورة ذهنية واضحة لحديثك، ويوقظ اهتمام الجمهور، ويكون ذا معنى بحد ذاته.

٣- اختزل عنوانك قدر الإمكان؛ بحيث لا يكون على شكل جمل كاملة تتضمن الفعل والفاعل والرابط، وبل اجعله مختصراً، ولا يتجاوز -كحد أقصى- خمس كلمات.

أمثلة لعناوين جذابة

الموضوع	عنوان شائق وجذاب
أخطاء الصلاة	إرجع فَصَل؛ فإنك لم تُصَل

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٢٦).

السلامة	اتَّبع السلامة تعش طويلاً
القيادة	المجموعة بدون قائد، كالقارب بدون دَفَّة
الأكل الصحي	أضف عشر سنوات صحية لحياتك

هناك قواعد عامة لاختيار العنوان، ومن أهمها[١]:

١- **اختصار العنوان في كلمات محدودة** (والاستثناء الوحيد هو المحاضرات العلمية)، والأفضل ألا يزيد عن (٣) كلمات.

٢- **تذكر أن العنوان هو دعاية للخطبة**؛ فأحسن اختياره.

٣- **اجعله** مناسب **للجمهور**، واحتياجاتهم، ولغتهم، ومستواهم.

٤- **اجعل العنوان آخر ما تكتبه**، وستجد اختياره أسهل -آنذاك-.

٥- **فيه إشارة للمحتوى**، وليس رمزيّاً إلى حد لا يُفهم.

٦- **وفيه ترغيب في الموضوع، وإثارة للفضول.**

٧- **وفيه إبداع وحداثة.**

٨- **ليس مكرراً، أو مشهوراً.**

٩- **اختر عنواناً لخطبتك**؛ حتى لو لم تكن تتوقع أن يقرأها أحد (بل سيسمعونها فقط)؛ لكي تتعود على كتابة العناوين (وما يدريك لعلك ستحتاج للعنوان!).

١٠- **استفد من خبرات السابقين** في كتابة العناوين، وسر على منوال العناوين التي أعجبتك.

١١- **استعمل الأسلوب الاستفهامي**؛ فإنه يجلب التشويق دائماً، مثل: (كيف تحضر موضوعاً)[٢].

١٢- **استخدم الأعداد في عنوانك**؛ فهي تجعله أكثر جمالاً، مثل: (خماسية النجاح)، والأعداد الفردية هي أكثر جاذبية واستثارة للسامعين.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٥٤).

(٢) "فنون خطابية، ومهارات إلقائية"، ماجد بن جعفر الغامدي.

جدول اختيار الكلمات[1]

R (استعمل)	x (ابتعد عن)
¤ معظم الأحيان	¨ دائماً
¤ من وقت لآخر	¨ إلى الأبد
¤ أحياناً كثيرة	¨ أبداً
¤ نادراً	¨ لم يحدث أبداً
¤ الاحتمال كبير	¨ بلا شك
¤ بشكل معقول	¨ بالتأكيد
¤ في الغالب	¨ بلا تردد
¤ كلمات رقيقة	¨ كلمات شديدة
¤ يمكن أن يتحسن	¨ أداؤه ضعيف
¤ قدراته أفضل من ذلك	¨ كسول
¤ توفّي	¨ مات
¤ النّساء	¨ الحريم / البنات
¤ النّساء والرّجال	¨ الرّجال (فقط)
¤ هو أو هي	¨ هو (فقط)
¤ النّاس	¨ الرّجال (فقط)
¤ الله U	¨ الله (فقط)
¤ الله @	¨ لفظ الجلالة (مجرّداً)
¤ محمد ﷺ	¨ محمد (فقط)
¤ الرّسول النّبي	¨ (الاسم مجرّداً)

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٥٠).

الانتقال من نقطة إلى أخرى:

ينتقل الخطباء البارعون بسلاسة من مقطع إلى آخر، وبشكل لا يضايق الجمهور أو يصرف انتباههم، هذه الانتقالات تنقل المستمع ذهنيّاً (بين أجزاء الخطبة)، كما قد تشير إلى تغيّر في الموقف، أو تناقض قادم في الطريق.

ويجب أن تكون الانتقالات منسجمة، وتعطي انسيابية للكلام.

وإليك بعض الملاحظات والنّصائح التي ستساعدك على ذلك:

Ã ١- أشعر الجمهور بانتقالك إلى نقطة جديدة؛ فهذا سيساعدهم على المتابعة.

Ã ٢- استعمل إحدى وسائل الانتقال، ولا تنتقل فجأة.

Ã ٣- أخبر الجمهور بانتقالك إلى كلّ نقطةٍ جديدةٍ، ولا تفترض أنّ الناس ستعرف التسلسل.

Ã ٤- تسلسل في بناء الخطبة لبنةً لبنةً؛ حتّى تصل إلى الهدف، وماذا تريد لهم أن يعلموا أو يعملوا.

Ã ٥- اجعل خطبتك منسجمة؛ بحيث تكون أفكارها وجملها متسلسلة ومتناسقة بما قبلها وما بعدها.

Ã ٦- استعمل وسائل الانتقال في الجمل والكلمات التي تربط أجزاء الحديث؛ حسب الموضوع والجمهور، ويمكنك الاستعانة بالجدول الآتي:

جدول وسائل الانتقال

العلاقة	الكلمات والجمل
المكان	على جانب ذلك وبقربه، هنا، هناك، خلف، أمام، فوق، تحت، بعيداً عن هذا
الزمان	خلاف ذلك، ثمّ، قريباً، بعد ذلك، وفوراً، لاحقاً، في النّهاية، حاليّاً، مؤخراً، أولاً- ثانياً، في المستقبل، التّالي
التلخيص	الخلاصة والنتيجة، في النهاية، عند الختام، باختصار، بالجملة
النتيجة	لذلك، بناء عليه، وهكذا، ولهذا كله
المقارنة	في المقابل، ولكن، وبشكل طبيعيّ، ومع ذلك، ماعدا، وبالمقارنة، وعلى عكس ذلك، وبالنّقيض، ويشبه ذلك، وفي الوقت نفسه، وبالطريقة نفسها

التمثيل	على سبيل المثال، بالتحديد، مثلاً، ولذلك، كإيضاح
الإضافة والأهمية	وأيضاً، ثم وأكثر من ذلك، وفوق هذا، ومع ذلك كلّه، وبالتّالي، وبالأهمية نفسها، وأخيراً
وسائل أخرى	Á تكرار الكلمات نفسها في بداية النقطة الجديدة. Á تكرار أسلوب بلاغي؛ كالحديث عن المستقبل. Á تغيير وسائل الإيضاح؛ كالإشارة للانتقال. Á نقطة جديدة.

موجز ماسبق[(١)]:

يعتمد تأثير حديثك على الحضور فيما يتعلق ببناء الحديث على توافر العناصر الأربعة؛ تبدأ فيها بمقدمة قوية تثير اهتمام الحضور وتشدهم، وتنتقل بعدها إلى المتن المركز في نقاط محددة مدعمة بالأدلة والبراهين والأمثلة والقصص، مع العناية باختيار الكلمات والعبارات؛ وفقاً للهدف الذي تسعى لتحقيقه من خلال هذا الحديث، وتلخص بشكل سريع أهم تلك النقاط، وتختم حديثك بتوصيات محددة للحضور بما يجب القيام به أو فهمه وكيف يتم ذلك.

كما أن اختيار عنوان شائق يمثل عنصر جذب لحديثك.

ولا تنس الانتقال بين الأفكار بشكل سلس وواضح؛ ليتابعك الحضور.

إن أخذ ما سبق بعين الاعتبار؛ يجعل كلماتك وعباراتك وجملك مؤثرة، وإذا تم مساندتها باستغلال إمكانات الصوت، وتوظيف لغة البدن؛ اكتملت عناصر التأثير وأركانه.

بداية الخطبة أو الحديث:

مقدمات مهمة[(٢)]:

١- **بعض المتحدثين يخلط بين أهمية المقدمة في الكلمة وبين الابتداء في الإلقاء**، ويظن أن تركيز الحضور يكون فقط في بداية الحديث، ولكن الناس دائماً يركزون على المتحدث منذ لحظة دعوته للتحدث، فهناك من يبدأ في ترتيب هندامه عندما يقف أمام الآخرين؛ وهذا ملحوظ على

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٢٨).

(٢) المصدر السابق، (ص٢٥٤).

بعض المتحدثين، فحينما يُدْعَى للتحدث يبدأ في لبس عباءته أمام الجمهور، وتعديل الشماغ أو الغترة، وهذا أمر غير مناسب، بل على المتحدث أن يكون جاهزاً في هندامه، ومُرتِباً لأوراقه، وأفكار وطريقة مشيه قبل أن يُدعى.

٢- **يبقى التخطيط المسبق هو : ضمان تجنب حدوث المفاجآت**، فعليك تفقد كل الأشياء التي ستحتاج إليها؛ ابتداءً من اللبس، وبطاقات الملحوظات، ومكبر الصوت، وأجهزة العرض؛ حتى ملف الحديث؛ والتأكد من وضعها مرتبةً حسب تسلسل الحديث، وإذا كنت ستقدم عرض بواسطة الحاسوب؛ فاحرص على عمل نسخ إضافية للعرض.

٣- قبل أن تبدأ بالتحدث، تأكد مما يلي :

. **التجهُّز: جهِّز أوراقك وبطاقات ملاحظاتك، وتأكد من لاقط الصوت، ووضعية وقوفك**، وتأكد من جاهزية الآلات والمعدات الخاصة بالعرض؛ من حاسب محمول، وجهاز عرض آلي... قبل الشروع في الحديث؛ لأنه ينبغي حينما تبدأ في حديثك أن لا تنقطع عن الجمهور، وهذا ما قد يلاحظ على بعض المتحدثين؛ حيث يبدأ بتعديل حامل اللاقط ووزنه ورفعه وخفضه أثناء تحدثه، وبهذا فهو ينشغل؛ ويشغل الحضور بحركاته.

. **الوقوف: قف منتصب القامة، واجعل ثقلك متزناً بين كلا القدمين**؛ من خلال جعل المسافة بينهما توازي المسافة بين كتفيك، فهذا يساعد على التنفس الجيد الذي يعدّ وقود حديثك، ويسهل عليك القيام بالتحركات.

. **التنفس: خذ عدداً من الأنفاس العميقة أثناء قيامك بهذه التجهيزات.**

. **التبسم: ارسم ابتسامةً على محيَّاك**؛ لتطرد تعبيرات التوتر التي قد تظهر على وجهك؛ والتي قد تعطي صورة سلبية عن شخصيتك للآخرين، ووزع النظر على جوانب القاعة.

. **الانطلاق: الآن أنت جاهز؛ إبدأ حديثك على بركة الله**، مبتدئاً الاستهلال بالبسملة، والصلاة والسلام على رسول الله ﷺ، ثم اشكر مقدمك والحضور، وما يتطلب المقام منك من توجيه الشكر لهم، ثم ابدأ بالمقدمة الجذابة لكلمتك؛ والتي سبق أن أعددتها وتدربت عليها.

٤- **الاعتذار خطأ فادح يرتكبه عدد غير قليل من المتحدثين!** إذ يبدؤون حديثهم بالاعتذار؛ إما عن عدم تجهيز كلمته، أو ضيق وقت الإعداد، أو غيره من الأعذار الواهية، مع أنه في

حقيقة الأمر مستعد ومجهز لكلمته منذ زمن، ولكن يظن خطأ بأن الاعتذار سيخفف من حدة انتقاد الجمهور له.

فالفترة القصوى لانتباه الحضور وتركيزهم ينبغي أن لا تضيعها في اعتذارات؛ بل يجب استثمارها في شد الحضور، وإعطاء انطباع رائع عن أدائك.

حينما تبدأ بالاعتذار؛ فأنت لا تكتفي في التفريط في استغلال انتباه الحضور لإثارة انتباههم فحسب، بل إنك تزيد الطين بلة بإرسال رسالة مدمرة للحضور.

فالاعتذار له مساوئ متعددة، منها:

✖ **عدم الاحترام: يفسر الجمهور قولك: (آسف لم أعد للموضوع) بعدم الاهتمام بهم، ولا بوقتهم؛** وإلا فما الذي يعنيه عدم قيامك بالإعداد؛ رغم توافر الوقت الكافي لك للإعداد؟

إنه ببساطة يعني: أنك مستهتر بهؤلاء الحضور، وأنك أضعت أوقاتهم سدى في الحضور للاستماع إليك، ومن ثم فسيبادلونك الشعور نفسه بعدم الاهتمام بك، وعدم التقدير لك.

✖ **تصيد الأخطاء: فبمجرد ابتدائك بالاعتذار؛** فأنت فتحت أعينهم لرصد وتصيد الأخطاء، وإخضاع أي معلومة للتدقيق والتمحيص للتأكد منها.

وحتى لو كان أداؤك رائعاً؛ فلن تقنع الحضور؛ لأنهم قد أخذوا موقفاً سلبيّاً منك.

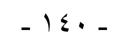
✖ **عدم الاكتراث: عند ابتدائك باعتذار؛** فكأنك ترسل لهم رسالة فحواها: ألا تولوا أهمية لما أقول؛ لأنني أساساً لم أقم بالتحضير.

وتحذيرنا هذا بطبيعة الحال ينطبق على الاعتذارات السلبية، ولكن هناك اعتذارات لا بأس من الإدلاء بها، مثلاً: عند تعطل أحد وسائل العرض، أو حدوث خلل فني، فهذا من الاعتذارات المطلوبة؛ لأنها خارج عن الإرادة، وليست بسبب إهمال منك، مع ملاحظة أن لا تكون في البداية.

٥- أهمية ترتيبك بين المتحدثين: يعتمد ذلك على وقت اتخاذ الجمهور قرار حول الموضوع المعروض، فإذا كانوا على وشك اتخاذ القرار؛ فالأفضل أن تكون آخر المتحدثين؛ لأن كلماتك ستكون آخر ما يسمع وتكون سهلة التذكر، أما إذا كانوا سيتخذون القرار بعد عدة أيام؛ فإن الآثار الأولية هي المؤثرة التي ستأخذ مجراها، ولذا فالأفضل أن تكون أول المتحدثين.

الباب الثالث: حانت ساعة العرض ومواجهة الجمهور

- دقَّت الساعة، وبدأت الحديث.
- الاتصال البصري.
- مظهر الخطيب وشخصيته.
- توزيع الوقت.
- آلية الحديث أو الخطبة:
  - Û قطار الأفكار.
  - Û المقدمة.
  - Û الموضوع.
  - Û الخاتمة.
  - Û تجميع عربات القطار.
- إدارة الأسئلة.
- إنجاز التعهدات.



G دقّت الساعة، وبدأت الحديث[1] G

ثلاث تحتاج إليهم:

١- تواصل.. بالعين، والإشارة، ومشاركة الجمهور.

٢- ابتسامة.. تزيل القلق والتحفز، وتذيب الجليد والتخوف.

٣- حماس.. يشعر الحضور بالدفء والحميمية، والقرب منهم.

بعد أن أتممت استعداداتك، وأعدت قراءة واختصار ما كتبت، ومن قبلها أعددت بشكل جيد هدفك أو أهدافك، وما تريده من الجمهور؛ الآن حانت اللحظة التي ستواجه فيها الجمهور.

وتذكر.. أن أكثر من (٩٠%) من التواصل مع الجمهور هو تواصل غير لفظي؛ فاحرص ألا تكون الورقة هي مرجعيتك أو وسيلتك التواصلية الوحيدة مع الجمهور.

عناصر التواصل الفعال مع الجمهور خمسة:

ü ١- مظهر جيد... وقور.

ü ٢- وجه مريح... طبيعي غير مفتعل.

ü ٣- حركة واثقة... غير مثيرة.

ü ٤- معلومات مرتبة ومفيدة.

ü ٥- صوت متنوع يناسب كل فقرة من فقرات حديثك.

قصة عن أهمية استخدام لغة التواصل:

في عام (١٩٦٠) تناظر كل من رتشارد نيكسون وجون كيندي، وبدا نيكسون مرهقاً ومتعباً، عاقد الحاجبين، كثير العرق، يضع ساقاً على ساق، ثم يبدلهما في حركة لا إرادية، مرتدياً بدلة داكنة اللون، تداخلت ألوانها بشكل سيئ مع ديكور الاستديو.

أما كيندي؛ الذي بدا مشرقاً، باسماً ولائقاً؛ فقد ارتدى بدلة أنيقة، بدت أجمل ما يكون؛ خصوصاً وأن ألوانها تناغمت مع الخلفية الموجودة في الاستوديو.

كان كيندي يعرف أن هناك كاميرتين تنقلان الحدث، إحداهما تركز على المتحدث والأخرى على زميله، وكان نيكسون حين تسلط عليه الكاميرا -وهو يستمع- قد بدا مهموماً غير عابئ بالكاميرا، ولا متجاوباً معها، على العكس من جون كيندي الذي كان يعلم بأن هناك كاميرا مسلطة

---

(١) "كيف تعرض أفكارك"، د. حمزة زوبع، (ص٦٢).

عليه، فبدا مبتسماً متفاعلاً... وكسب المناظرة التلفزيونية؛ لأنه أدرك عناصر التواصل واستخدامها، ولأنه كان يعلم تفاصيل كثيرة عن الاستوديو والديكور والإضاءة قبل أن يذهب إليه.

(لو تابعت القنوات الفضائية -خصوصاً البرامج الحوارية-؛ ستعرف الفرق بين مقدم ممتاز، ومقدم جيد، وبين مقدم سيئ، وهذا النصف الأخير نراه كثيراً، وننصرف عنه بسرعة).

نصيحة: شاهد المحطات الفضائية الحكومية في العالم العربي، وقم بالتركيز على بعض الضيوف في الاستديو؛ ستجد أن بعضهم يقوم بتسريح شعره، أو وضع يده في أنفه أو أذنه، أو ينظر في اتجاه غير اتجاه الكاميرا، أو يتحدث أو يشير إلى المذيع؛ دون أن ينتبه أن الكاميرا مسلطة عليه.

G الاتصال البصري[1] G

هناك نصائح متعددة حول كيفية الحفاظ على اتصال بصري جيد مع المستمعين، آخذين في الاعتبار التوجهات الخاصة، بغض البصر تلقاء الجنس الآخر.

من المهم: توزيع النظرات على جميع الحاضرين، والتنقل من واحد إلى آخر، لا تُلق بنظرك فوق مستوى رؤوس الجمهور، وتجنب النظر في الفراغ، أو التركيز على نقطة واحدة أو مجموعة معينة فقط.

إن النظر في الفراغ يوحي إلى المستمع بغياب الصلة بينه وبين المتحدث.

كما يجب قبل كل ذلك: عدم تركيز النظر على مذكراتنا أو على المنصة.

تذكر.. أننا هناك لكي نتحدث إلى الناس، وليس لمجرد قذف أصواتنا في الهواء.

وينبغي التعود على رفع درجة الصوت في الإلقاء عن الحالة العادية في الكلام.

كن على اتصال بعينيك مع جمهور المستمعين، حاول أن توجه الحديث إلى كل شخص مهم، أو على الأقل إلى كل منطقة تجمع عدداً منهم، مثل المتحدث في التليفزيون الذي يبدو على الشاشة وكأنه يتحدث إلى كل شخص من جمهور المشاهدين.

ومما يساعد في هذا المجال هو: أن نكتب عبارة (اتصال بصري - اتصال بالعين) على أعلى سطرين أو ثلاثة أسطر من بطاقات رؤوس الأقلام أو صفحات المحاضرة؛ لتذكيرنا بالاتصال البصري.

ومن المفيد أحياناً: النظر المتواصل إلى المستمعين المؤيدين أو المحايدين، وتفادي النظر إلى المعاندين والمعارضين.

---

(١) "دليل التدريب القيادي"، د. هشام الطالب، (ص١٥٧).

G **مظهر الخطيب وشخصيته**[(١)] G

Û ١ - استرح ولا ترهق نفسك ليلة الخطبة.

Û ٢ - احرص على وجبة الإفطار، ولا تملأ معدتك بالطعام.

Û ٣- مظهرك النشط وحيويتك واستقامة مشيتك؛ من عوامل جذب انتباه المستمعين.

Û ٤ - أناقة ملابسك وتناسقها ومناسبتها وتهذيب الشعر؛ من عوامل النجاح.

ولقد بوّب البخاري في كتاب (الخطبة) باب "يلبس أحسن ما يجد".

والله ﷻ يُلفت نظر الداعية في أول الطريق إلى أهمية الثياب؛ فقال له: ﴿وَثِيَابَكَ فَطَهِّرْ﴾ [المدثر:٤].

وانظر كيف لفت بياض الثوب ونظافة المظهر الصحابة في حديث جبريل؛ فعن عمر بن الخطاب قال: "بينما نحن عند رسول الله ﷺ ذات يوم؛ إذ طلع علينا رجلٌ شديد بياض الثياب شديد، سواد الشعر، لا يُرى عليه أثر السفر، ولا يعرفه منا أحدٌ"[(٢)].

وهذا أشج عبد قيس يعرف أهمية الثياب الحسنة عند اللقاء؛ فيتأخر وقد هرول الناس لمقابلة النبي ﷺ؛ فيرتدي أحسن ثيابه، ويهيئ نفسه، فيقول له الرسول ﷺ: «**إن فيك خصلتين يحبهما الله: الحلم، والأناة**»[(٣)].

Û ٥ - احرص على الالتزام بالهدي النبوي؛ وخاصة في خطبة الجمعة، ولا تلتفت، ولا تنظر لأسفل أثناء توجهك إلى المنصة، واصعد بالقدم اليُمنى، التفت بكل جسدك إلى المستمعين، وألق عليهم السلام.

Û ٦ - املأ وجهك بالجدية دون تقطيب، والتقط أنفاسك قبل البدء في الحديث.

---

(١) "لقاء الجماهير"، د. أكرم رضا، (٢٣٨).

(٢) رواه الترمذي (ح٢٦١٠).

(٣) رواه مسلم (ح١٨).

Û **٧- تحدث مع مستمعيك؛ وليس إليهم.**

Û **٨- اجعل كل مستمع يشعر أنك تحدثه مباشرة.**

Û **٩- كن ودوداً، مرحاً، ممتلئاً حيوية.**

Û **١٠- كن هادئ الأعصاب دون تراخ، متيقظاً دون توتر.**

Û **١١- لا تتكئ، ولا تبدل بين رجليك.**

Û **١٢- الوضع المناسب للوقوف:** أن تقدم أحد الرجلين قليلاً؛ مع تركيز الوزن على كعب القدم الأمامية، والشخص الثقيل تكون المسافة بين الرجلين أبعد من النحيف.

Û **١٣- اجعل ظهرك مفروداً؛ ولكن ليس كطاووس مغرور.**

Û **١٤- احتفظ بذراعيك أمامك؛ إلا إذا استخدمتها في الإشارة.**

Û **١٥- تزداد عصبيتك عندما تعبث في أزرارك أو مفاتيحك، أو تضع يديك في جيبك،** بجانب أن ذلك يشغل أنظار المستمعين إلى غير ما تقول.

Û **١٦- التمثال الساكن مثل الطفل النشط كلاهما غير مطلوب.**

Û **١٧- غيِّر وضعك مع انتقالك من نقطة إلى أخرى.**

Û **١٨- كن واثقاً أن كل شخص يجلس في هدوء قبل أن تبدأ الحديث.**

Û **١٩- إن وقفة قصيرة لمدة نصف دقيقة قبل البدء تكفي لكي ينتبه مستمعوك.**

Û **٢٠ - إن متحدثاً يصعد على المنصة..** يحمل أوراقه المتكدسة ليقع بعضها.. ثم يجمعها.. ثم يرتبها.. ثم يمسح نظارته.. ثم يرتشف رشفة ماء؛ لا يستوي مع متحدث.. يتقدم.. يصعد.. ينظر إلى جمهوره.. يبتسم.. ثم يتكلم.

G توزيع الوقت[1] G

عندما قالوا قديماً: (الوقت كالسّيف.. إن لم تقطعه قطعك)؛ لم يكونوا يعلمون بأن هذا القول سيمس الخطباء والمحاضرين بالدّرجة الأولى، وكأنهم هم المعنيون به؛ ذلك أنّ الوقت الذي بين يدي الخطيب هو في الحقيقة أثمن ما لديه؛ ولا سيما لحظة لقائه بالجمهور، فهو الفرصة الوحيدة المتاحة كي يثبت وجوده، ويحقق الهدف المراد من الخطبة.

فاعلم -عزيزي خطيب المستقبل- أنك إذا أخذت الوقت الكافي؛ فإن جمهورك سيستمع إليك بشغف، ويبقى محافظاً على أعلى درجات التركيز لديه، وكلما زاد الوقت؛ فإن هذا سيؤدي إلى شعور الجمهور بالتشتت؛ مما سيجبرك على الإعادة وفقدان التركيز في تسلسل النقاط المطروحة.

فالجمهور إذا شعر بأن الخطيب قد جاوز الوقت المحدد؛ فإنه سينصرف عنه شعوريّاً؛ إن لم ينصرف عنه جسديّاً.

فأحرص على الوقت المتاح لك، وحاول استغلال كل دقيقة فيما يفيد جمهورك، ويعطيهم انطباعاً إيجابيّاً عنك وعن أدائك.

١- نصائح عامة:

١) تعتمد مدة الحديث على الموضوع، أو نوع الخطبة:

أ- للمناسبات: أقل من (٢٠) دقيقة.

ب- للمحاضرة: أقل من ساعة.

جـ - للدورات: حسب مدة الدورة، ولكن خذ فترة راحة كل ساعة أو كل ساعة ونصف.

٢) أوجز ما استطعت.

٣) توقف عندما تنتهي من الموضوع، ولا تتكلم لتملأ الوقت فقط.

٤) لا تزد على الوقت المخصص لك.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (٦٤).

٥) **حاول الانتهاء قبل الوقت فذلك أفضل من الزيادة عليه.**

٦) **حاول جمع النقاط المتشابهة في نقطة رئيسة واحدة؛ لأنه كلما زادت النقاط قلَّ الفهم.**

٧) **توقف فوراً إذا طلب أحد الناس فترة راحة.**

٢- الخطة ثلاثية الأبعاد:

الفرق بينها وبين الخطة العادية: أنها (أي ثلاثية الأبعاد) لا تحتوي على ما سوف تقوله فقط؛ وإنما تحتوي -أيضاً-: متى ولماذا وكيف تقوله...

محتويات الخطة:

١- الوقت (متى؟): الفترة المسموح بها لكل بند في المحاضرة.

٢- المحتوى (ماذا؟): تفصيل محتويات كل بند.

٣- الهدف/ السبب (لماذا؟): ما مرادك من طرح الفكرة.

٤- الوسيلة المستخدمة (كيف؟): ما الكيفية التي سيتم عرض المادة بها؟

فوائدها:

١- تمنحك القدرة على التقديم بشكل أفضل.

٢- بإمكانك أن تكيفها بحسب حاجتك.

٣- تعطيك صورة واضحة عن الوضع بشكلٍ متكامل.

الوقت	ماذا؟	لماذا؟	كيف؟
٥ دقائق	ترحيب	استرخاء	كلمات ترحيبية
١٠ دقائق	كسر الحواجز	استمتاع	لعبة، تمرين
٣٠ دقيقة	عرض الموضوع	تغطية المادة	محاضرة وحوار
٧ دقائق	عرض فيديو	تنويع العرض	فيديو
١٠ دقائق	استراحة	تجديد النشاط	استراحة

٣- توزيع الوقت:

اقتراح توزيع الوقت للخطبة القصيرة (٣٠ دقيقة) :

التوزيع	المحتوى
(١ - ٥) دقائق	المقدمة (قل لهم الهدف والنقاط الرئيسة)
(٢٠) دقيقة	2 اشرح لهم الهدف والنقاط الرئيسة 2 اذكر الأمثلة والاستشهادات
(١ - ٥) دقائق	الختام (لخص ما قلت واختم باستشهاد مثير)

اقتراح توزيع الوقت للخطبة الطويلة (ساعة) حسب قانون (٣ إلى ٥) :

التوزيع	المحتوى
(٣- ٥) دقائق	المقدمة. الشكر. جذب الانتباه قل لهم النقاط الرئيسة والهدف
(١) دقيقة	الانتقال إلى صلب الموضوع
(١٥ - ١٧) دقيقة	١ - النقطة الرئيسة الأولى ثم: نقاط فرعية / استشهادات / وسائل إيضاح
(١) دقيقة	الانتقال إلى النقطة التالية
(١٥ - ١٧) دقيقة	٢ - النقطة الرئيسة الثانية ثم: نقاط فرعية / جانبية / استشهادات / وسائل إيضاح
(١) دقيقة	الانتقال إلى النقطة التالية
(١٥ - ١٧) دقيقة	٣ - النقطة الرئيسية الثالثة ثم: نقاط فرعية / جانبية / استشهادات / وسائل إيضاح
(٣) دقائق	الختام (لخص ما قلت واختم بشيء مثير

G آلية الخطبة أو الحديث G

قطار الأفكار[١]:

(تارون باور) في كتاب "خطابة بلا ألم؟" شبه الخطابة والحديث بالقطار الذي يتكون من عدة عربات، ويسير على مسار محدد، ويقول (باور) عن قطاره: "إن المقصود هو: محاولة ربط أفكار الخطبة بشيء مألوف نتذكرها به".

واجعله على النحو التالي:

نقطة انطلاق = المقدمة، الموضوع.

نقطة النهاية = الخاتمة.

وكل جزء له غرض محدد، وإذا أهمل أي جزء من الأجزاء؛ لن يقدم كلامك ما تريد توصيله بشكل منطقي، وسوف يستشعر مستمعوك القلق والاضطراب؛ لأنهم لا يستطيعون متابعة قطار أفكارك، باختصار سوف تخرج عن القضبان.

العربة الأولى: المقدمة:

إن طبيعة الإنسان أن يتلقى - في الغالب - بدايات الحديث بشيء من الاهتمام؛ حيث إن لديه غريزة حُبّ الاستطلاع، ومعرفة ما سيأتي بعد، وتعلو هذه الغريزة وتنخفض قدر ما تستطيع البدايات أن تصنع بعقل وقلب المستمع.

وقالوا: "من لم تكن له بداية محرقة؛ فلن تكن له نهاية مشرقة".

وأي مثال أعطيه لك على أهمية الابتداء خير من بدايات سور القرآن؟

هل تستطيع إلا أن تنتبه بشدة عندما تسمع هذه الآية الأولى من سورة الحج: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمْ إِنَّ زَلْزَلَةَ السَّاعَةِ شَيْءٌ عَظِيمٌ﴾[الحج:١].

أو أن تستمع إلى قوله تعالى في افتتاح سورة مريم: ﴿كهيعص * ذِكْرُ رَحْمَةِ رَبِّكَ عَبْدَهُ زَكَرِيَّا﴾ [مريم:١-٢].

---

(١) "لقاء الجماهير"، د. أكرم رضا، (١٦٣).

إن حسن الابتداء يوقظ قلب المستمعين؛ فينبعث بنور عجيب يبرق في عيونهم، يجعلك أكثر انطلاقاً ورغبة في الإحسان، وإلا فإن الركود الذي ينعكس عن مقدمة فاترة يسقط على تلك القلوب؛ فيطفئ غرفاتها، وتظلم عيونها، فإذا بك بارد الحماسة، مستشعر الفشل.

لماذا المقدمة؟

ومن هنا يمكن أن نبين أهداف المقدمة ووظيفتها في ثلاث نقاط:

١- تجذب الانتباه.

٢- تربط الموضوع باحتياجات المستمعين.

٣- ذكر الفكرة المركزية، وتلخيص النقاط الرئيسية.

تستطيع أن تكسب نصف المعركة بأن تدرس أحوال مستمعيك، وهنا أنت تركب قطار الأفكار؛ نقول لك ما قاله (تارون باور): "ضع مستمعيك أمامك"، وتذكر أن هدفك أن تصل إلى مستمعيك.

ولذلك احذر أن تخرج عن القضبان؛ والتي هي الموضوع.

نقول لك هنا ما قاله باور: "إن القطار يجب أن يظل على القضبان".

ركز على أهدافك حتى تستطيع أن تصل إلى الجمهور المستمع.

والآن بعد أن فككنا معاً أجزاء المقدمة هل تستطيع إعادة تركيبها؟ تعالَ لنحاول...

أولاً: ابدأ بعبارات جذب الانتباه، مثل:

النداء، والسؤال، والعبارة المروعة.

وسوف نحدثك في الفقرة التالية، وأنت على المنبر عن هذه العبارات.

ثانياً: بيّن أن موضوعك يمس حاجات مستمعيك.

وباستيعابك لموضوعك، ومعرفة حاجات المستمعين؛ يسهل ذلك كثيراً.

ثالثاً: أذكر فكرتك المركزية التي سجلت لها العنوان الجذاب.

وهكذا يمكن أن نلخص سمات المقدمة الجيدة في ثلاث كلمات:

" مُركزة.. " مشرقة.. " مشوقة.

فهي مركزة لا تطول؛ حتى لا يملها المستمع، فلا تنس أنه مطلوب منك أن تدخل في أسرع وقت (للموضوع).

أهداف المقدمة[١] :

D بناء علاقة مع الجمهور.

D إثبات مصداقيتك وقدرتك (لا سيما إذا لم يذكرها المقدم).

D إثارة الاهتمام وجذب الجمهور.

D توضيح ما ستقول.

D إعطاء فكرة عامة عن الموضوع وتسلسل نقاطه.

D كسر الحاجز النفسي بينك وبين الجمهور.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (١٢٥).

العربة الثانية: الموضوع[1]:

ونلاحظ أن هناك نقطة بين المقدمة والموضوع هي نقطة الانطلاق، وتعتبر المدخل إلى موضوعك، ويمكنك أن تؤجل ذكر العنوان بطريقة دعائية إلى هذه النقطة.

G لا بد أن تعد موضوعك من خلال مجموعة من العناصر.

G والنقاط الأساسية لموضوعك يمثلها في القطار العربات.

G ثم املأ كل عربة بالأفكار الفرعية لكل نقطة أساسية.

G ويمكن أن تزداد العربات بعدد العناصر الأساسية.

G وأخيراً لا بد من وجود رابط قوي بين كل عنصر أساسي والذي يليه؛ حتى لا تتأثر العربات.

وللانتقال من عنصر إلى آخر يكون بطريقة انسيابية؛ مع تذكر الفكرة المركزية مع كل عنصر من عناصر خطبتك؛ حيث:

أ- يمكنك ذكر العناصر أول الخطبة، ثم تبدأ في التفصيل أو ذكر كل واحد في حينه.

ب- ضَمِّن عناصرك ما يجول بخواطر الناس من استفسارات متوقعة واعتراضات، وأجب عليها قدر الإمكان.

جـ - ليكن أسلوبك في عرض العناصر مألوفاً، وفيه تجديد، ولنعلم أن مستمعيك سمعوا في موضوعك عشرات الخطب من قبل، فجدد في العرض.

وحين تصل لخاتمة الخطبة احذر أن تصل إليها فجأة؛ فتشوه خطبتك!

ويمكنك عند هذه النقطة: أن تقف مع مستمعيك لحظة تذكرهم بعناصر موضوعك الأساسية.

---

(١) "لقاء الجماهير"، د. أكرم رضا، (١٧٠).

العربة الأخيرة: الخاتمة:

لقد استعد المستمع بعد نقطة الانتهاء لأن يترك القطار، ولكنه قد ينسى بعض حقائبه، وبعض هداياك التي سلمتها له؛ اجمع له ما قد يفقده، واجعله ينطلق ومعه ذكرى لا ينساها!

تفكيك أجزاء عربة المؤخرة:

الآن..

- **اجذب الانتباه مرة أخرى.**
- **أعد التذكير أن حديثك يمس حاجات المستمعين.**
- **أعد التذكير بالفكرة المركزية.**
- **ذكِّر بالنقاط الرئيسية.**
- **ويمكنك أن تذكر التوصيات في الخاتمة.**

وتذكر.. أن ما تنتهي به هو ما سيعلق بالذهن.

وانتبه.. اختم حديثك قبل أن تشعر أن الحاضرين يريدون ذلك.

تجميع قطار الأفكار[1]:

معلوم أن القطار بلا فائدة إذا كان أجزاء متناثرة، ولذلك حاول أن تجمع أجزاء القطار في حديثك.

نركز عند التجميع على النقاط العشر التالية:

- أولاً: توجه نحو مستمعيك دائماً:

الحقيقة إن اهتمام الجمهور بك سينبع - أساساً- من اهتمامك بهم، عليك أن تحمل همومهم وتستشعرها.

تذكر.. قوله ﷺ عن شعوره نحو الناس، يقول ﷺ: «**إِنَّمَا مَثلي وَمَثلُ النَّاسِ كَمَثَلِ رَجُلٍ استَوقَدَ نَاراً، فلمَّا أَضَاءَت ما حولَه؛ جَعَلَ الفَراشُ وَهَذِهِ الدَّوَابُّ التي تَقَعُ في النَّارِ يَقَعنَ فيهَا، فَجَعَلَ يَنزِعُهُنَّ وَيَغلِبْنَهُ؛ فَيَقتَحِمنَ فيها، فَأَنَا آخُذُ بِحُجَزِكُم عَنِ النَّارِ، وَهُم يَقتَحِمُونَ فِيهَا**». رواه البخاري.

جاء العبيد يوماً إلى الحسن البصري يشكون إليه قلة العتق، وانصراف الناس عن هذه الفضيلة ﴿فَكُّ رَقَبَةٍ﴾[البلد:١٣]، وسألوه أن يخطب في الناس يحثهم على هذا الأمر.

ومرت الجمعة تلو الجمعة، وقد شعر العبيد والإماء أن الرجل الفاضل قد باعهم للمرة الثانية في سوق النسيان! وبعد عدة أسابيع؛ إذا به يصعد على المنبر ويخطب خطبة عن العتق، ما أن تنتهي الخطبة وينصرف الناس إلى بيوتهم؛ إلا وترتفع صيحات الفرح.. فقد تحرر الكثير اليوم!

ترى ماذا فعل الحسن البصري خلال هذه المدة؛ حتى يخطب تلك الخطبة المؤثرة؟ لقد عاش الحسن في ظروف المستمع (مُلاَّك العبيد) قبل أن يعظهم، يقول الحسن البصري: "لم يكن لدي عبد؛ فانتظرت حتى امتلكت واحداً واعتقته، ثم خطبت في الناس بعتق الرقاب".

- ثانياً: ركز على السير بفكرتك الأساسية:

لاحظ أن العَجَل في جميع عربات قطار الأفكار موحدة المقاس؛ حتى يستقيم سير القطار؛ لأن الفكرة المحورية أو المركزية أو الأساسية، وهي التي سيخرج المستمع في النهاية بها؛ بل وهي هدفك في درجات التأثير الثلاث: "التوصيل، الإقناع، الاستمالة".

---

(١) "لقاء الجماهير"، د. أكرم رضا، (١٩٣).

قد تجد خطيباً يعجبه فجأة معنى آية، أو يستهويه موقف في حديث، أو يجذبه حدث في قصة؛ فتجده يغير فكرته الأساسية؛ بل وقد تجد أن الخطبة عبارة عن مجموعة من الأفكار لم يأخذ أي منها حقه؛ حيث يسير القطر بشكل غير متزن، وقد تحدث كارثة، وينقلب القطار!!

- ثالثاً: جذب انتباه المستمعين:

١ - في مقدمة الخطبة.

٢ - أثناء عرض الموضوع.

٣ - في الخاتمة.

ومن أساليب جذب الانتباه:

١- القصة:

وأن تكون واقعية، بل الأفضل أن تكون من حياتك، أو قصها واحد عليك.

وكم يجذبنا أسلوب كاتب يقول: حدثني صديقي، أو جاءني رجل فقال كذا.

والقصة الرمزية تعطي جذباً كبيراً، ولكن عليك بالوضوح.

٢- التحدي:

وذلك بذكر الموضوع على شكل سؤال أو مسابقة؛ تحرك بها عقول مستمعيك، وتكون إجابتها بعد وقت؛ كأن تقول: أتدرون كم عدد مفاصل جسم الإنسان؟ وذلك عندما تريد أن تتحدث عن قول رسول الله ﷺ: **"كُلُّ سُلامَى مِنَ النَّاس عليه صَدقَةٌ كُل يَومٍ تَطلُعُ فِيهِ الشَّمسُ: يَعدِلُ بَينَ النَّاسِ صَدَقَةٌ..."**. رواه البخاري، و"سُلامَى" أي: مفصل أو عظمة.

ولكن احذر أن يفهم سؤالك أن أمامك جهلة - مثلاً -.

٣- العبارة المروعة:

وأظن آية قرآنية مثل: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمْ إِنَّ زَلْزَلَةَ السَّاعَةِ شَيْءٌ عَظِيمٌ . يَوْمَ تَرَوْنَهَا تَذْهَلُ كُلُّ مُرْضِعَةٍ عَمَّا أَرْضَعَتْ وَتَضَعُ كُلُّ ذَاتِ حَمْلٍ حَمْلَهَا وَتَرَى النَّاسَ سُكَارَى وَمَا هُم بِسُكَارَى وَلَكِنَّ عَذَابَ اللَّهِ شَدِيدٌ﴾ [الحج:١-٢] تصلح كفاتحة جيدة تجذب قلوب المستمعين.

٤- واضرب لهم الأمثال:

فالأمثال في كل أمة خلاصة تجاربها، ومحصول خبرتها، وهي المرآة التي تنعكس على

صفحتها العادات والتقاليد والأخلاق والأفكار.

والأمثال هي الحكمة الناتجة عن خبرة الحياة اليومية.

والمثل يتميز الغرابة التي لا تعني الغموض والإبهام؛ ولكنها الطرافة الباعثة على الإعجاب الملفتة للأنظار.

ولأمر ما أكثر الله في كتابه المبين من الأمثال؛ يقول تعالى: ﴿وَلَقَدْ ضَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِن كُلِّ مَثَلٍ لَّعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾[الزمر:٢٧].

٥- الإحصائيات:

إن عرض إحصائياتك بأسلوب مادي كأن خيط العنكبوت المجدول أقوى من خيط الصلب المساوي له في السمك، ثم تتحدث عن قوله تعالى: ﴿وَإِنَّ أَوْهَنَ الْبُيُوتِ لَبَيْتُ الْعَنكَبُوتِ﴾[العنكبوت: ٤١]، وأن الوهن هو: الوهن الاجتماعي، والتفكك الأسري.

كل ذلك يحول المعلومة إلى بارقة نور تثير الانتباه، أو كما يقول ماكولاف: "اجعل الأرقام تنبض بالحياة".

فبدلاً من أن تقول: إن (٤٥٢.٦٢٣) فرداً ماتوا أو جرحوا في حوادث السيارات في الخمسة أعوام الماضية؛ يمكن أن تقول: وضعوا أجساد الأشخاص الذين جرحوا أو ماتوا في حوادث السيارات في الخمسة أعوام الماضية في خط مستقيم؛ فإنهم يصلون بين القاهرة وأسوان، وبالعكس.

٦- السؤال:

وهو من أكثر وسائل جذب الانتباه تأثيراً، وقد استخدمه الرسول ﷺ كثيراً؛ فنجد كثيراً من أحاديث النبي ﷺ فيها مثل هذه الأسئلة:

«**أتدرون من المفلس؟**».

«**أتدري ما حق الله على العباد؟**».

٧- النداء:

وهو مثل أن تنادي الحضور: يا معشر المسلمين! يا أيها الحفل الكريم!

وانظروا إلى النداء في القرآن: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا﴾، ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ﴾، ﴿يَا عِبَادِيَ﴾.

والرسول ﷺ يستخدم ذلك كثيراً؛ لجذب الانتباه، فينادي قبل أن يفصح عن كلامه.

٨- التعبير عن المشاعر يصل للجمهور:

× أن تذكر علاقتك الشخصية بالموضوع. × أن تذكر موقفك من القضية المثارة.

× أن تنفعل فتبلل بعض الدموع عينيك، والصدق روح المشاعر!

٩- الوصف بالتفصيل والتصوير:

إذا أردت أن تقول: (رجل عجوز)، لماذا لا تقول: (الرجل الذي اشتعل رأسه شيباً)؟

في محاضرة حول الاهتمام بالسرعة في القيادة على الطريق السريع؛ بدلاً من أن يقول المحاضر -صراحة-: إن شخصاً واحداً يموت كل دقيقة نتيجة لحوادث السيارات، اخرج عود ثقاب من علبة الكبريت، وبدون أن ينطق بكلمة واحدة أشعله وسط دهشة المشاهدين، ثم بلل إصبعيه باللعاب وأمسك رأس العود ليحترق إلى نهايته.

وبطريقة مسرحية وهو يرفع عينيه عن الوهج الأخير لعود الثقاب، قبل أن ينطفئ ويوجهها إلى الجماهير المندهشة، قال ببطء: "بينما كان عود الثقاب هذا يحترق؛ كان هناك شخص يلقي مصرعه نتيجة لحادث سيارة على الطريق!".

أقول لك: (حاول أن تطلق العنان لخيالك).

١٠- الدعاية:

ولكن اجعلها كالملح في الطعام، وتجنب تجريح الهيئات والأشخاص بمزاحك.

١١- المأثورات:

وهناك عبارات مأثورة، وحكم منقولة، وأشعار؛ تستطيع بها أن تحول انتباه مستمعيك إليك.

- رابعاً: مل ناحية رغبات مستمعيك:

إن ما يساعدك على اختيار موضوعك الذي هو فكرتك الأساسية:

C هدفك المحدد. C احتياجات المستمعين.

(إن لديك هدفاً محدداً، ورغبات الجمهور طريقك لتحقيق هذا الهدف).

١- ماذا يتوقع منك المستمعون؟

ü أنك مُلِّم بالموضوع.

ü إن خطبتك ستساعدهم على حل مشكلة؛ فلذلك أنت تلبي احتياجاتهم.

ü إنك ستتحدث بأسلوب مُشوّق، مختصر، سهل الفهم.

٢- متى وكيف ستلبي احتياجات الجمهور؟

من خلال:

@ قصة. @ طرفة.

@ خبر جذاب. @ سلسلة من الأسئلة.

@ معلومة جديرة بالاهتمام. @ إحصائيات ملفتة للنظر.

٣- ما الحاجات الأساسية للإنسان؟ وما طرق استدعاء كل حاجة؟

أ- الحاجة للاكتشاف: لا أظن أن برنامجاً تليفزيونيّاً مثل: (العلم والإيمان) ، أو (عالم البحار)، أو (عالم الحيوان) لا يهتم به أحد، فإن الجديد المجهول في هذه البرامج يلبي حاجات الإنسان في الاكتشاف، ويمكنك أن تطرق جرس هذه الحاجة بمثل هذا السؤال: "لماذا اهتز عرش الرحمن"؟ تلك المعلومة الجديدة تلبي حاجة الاكتشاف والمعرفة عند الناس؛ فساعدت على جذب انتباههم.

ب- الحاجات الاقتصادية: هذه الحاجات لا جدال أنه تشغل اهتمام مستمعيك.

وقد دُرِسَت في كثير من مجالات علم النفس تحت رغبات متعددة، منها:

D الامتلاك. D الاستقرار المادي. D علاج الفقر.

تذكر.. كيف حوّل عبد الرحمن بن عوف فقره -بعد الهجرة- إلى سبعمائة ناقة بما تحمل في سبيل الله؟

وهذه القصة -أيضاً- تدق الجرس لتلبيه تلك الحاجة: عن أبي ذر أن ناساً من أَصحَابِ النبي ﷺ قالُوا للنَّبي ﷺ: يا رسُولَ الله ذَهبَ أهل الدثور بالأُجورِ؛ يُصلُّونَ كما نُصلي، ويَصُومُونَ كَمَا نَصُومُ، ويتصدقون بفضل أموالهم، قَال: «**أوليس قد جعل الله لكم ما تصدقون؟! إن بكل تسبيحة صدقة، وكلّ تكبيرة صدقة، وكل تحميدة صدقة، وكل تهليلة صدقة، وأمر بالمعروف صدقة، ونهي عن المنكر صدقة، وفي بُضْعِ أحدكم صدقة**»، قالوا: يا رسول الله، أيأتي أحدنا شهوته؛ ويكون له فيها أجر؟! قال: «**أرأيتم لو وضعها في الحرام؛ أكان عليه وزر؟ فكذلك إذا وضعها في الحلال كان له أجر**». رواه مسلم.

وهذه -أيضاً- جرس لتلبية حاجات الناس الاقتصادية: عن عمرو بن العاص قال: قال لي رسول الله ﷺ: «**يا عمرو! اشدد عليك سلاحك وثيابك، وائتني**»؛ ففعلت، فجئته وهو يتوضأ، فصعد فيَّ البصر وصوبه، وقال: «**يا عمرو! إني أريد أن أبعثك وجهاً فيسلمك الله، ويغنمك، وأرغب لك من المال رغبة صالحة**».

قال: قلت: يا رسول الله! إني لم أسلم رغبة في المال؛ إنما أسلمت رغبة في الجهاد والكينونة معك، قال: «**يا عمرو! نعما بالمال الصالح للرجل الصالح**». رواه أحمد.

جـ - الحاجات النفسية:

وهي حاجات متعددة يتطلب منك أن تلبيها، مثل:

- **الأمان عند الخوف.**
- **السكينة عند الغضب.**
- **عاطفة الحب.**
- **راحة الذهن والقلب.**

فعليك أن تخاطب تلك الحاجات بقصة واقعية، أو من التاريخ.

اسمع هذه القصة التي رفع بها النبي ﷺ معاناة المعصية عن قلوب المؤمنين: عن أنس عن ابن مسعود: أن رسول الله ﷺ قال: «**آخر من يدخل الجنة رجل؛ فهو يمشي مرة، ويكبو مرة، وتسفعه النار مرة، فإذا ما جاوزها؛ التفت إليها فقال: تبارك الذي نجاني منك، لقد أعطاني الله شيئاً ما أعطاه أحداً من الأولين والآخرين!**

فترفع له شجرة، فيقول: يا رب! أدنني من هذه الشجرة فلأستظل بظلها، واشرب من مائها، فيقول الله ﷻ: يا ابن آدم! لعلي إن أعطيتكها سألتني غيرها؟ فيقول: لا يا رب! ويعاهده أن لا يسأله غيرها».

قال: «**وربه ﷻ يعذره؛ لأنه يرى ما لا صبر له عليه، فيدنيه منها؛ فيستظل بظلها، ويشرب من مائها.**

ثم ترفع له شجرة هي أحسن من الأولى، فيقول: أي رب! أدنني من هذه لأشرب من مائها، وأستظل بظلها، لا أسألك غيرها، فيقول: يا ابن آدم! ألم تعاهدني أن لا تسألني غيرها؟ فيقول: لعلي إن أدنيتك منها تسألني غيرها؟ فيعاهده أن لا يسأله غيرها.

وربه تعالى يعذره، لأنه يرى ما لا صبر له عليه، فيدنيه منها، فيستظل بظلها، ويشرب من مائها.

ثم ترفع له شجرة له عند باب الجنة، وهي أحسن من الأوليين؛ فيقول: أي رب! أدنني من هذه لأستظل بظلها، وأشرب من مائها، لا أسألك غيرها، فيقول: يا ابن آدم! ألم تعاهدني أن لا تسألني غيرها؟ قال: بلى، يا رب لا أسألك غيرها.

وربه ﷻ يعذره، لأنه يرى ما لا صبر له عليه، فيدنيه منها، فإذا أدناه منها سمع أصوات أهل الجنة، فيقول: أي ربّ! أدخلنيها، فيقول: يا ابن آدم ما يصريني منك أيرضيك أن أعطيك الدنيا ومثلها معها؟ قال: يا رب! أتستهزئ مني وأنت رب العالمين؟»، فضحك ابن مسعود، فقال: ألا تسألوني مم أضحك؟

قالوا: مم تضحك؟ قال: هكذا ضحك رسول الله ﷺ، فقالوا: مما تضحك يا رسول الله؟ فقال: «**من ضحك ربِّ العالمين، حين قال: أتستهزئ بي وأنت ربُّ العالمين؟ فيقول: إني لا أستهزئ بك؛ ولكني على ما أشاء قادر**». رواه مسلم، ومعنى "يصريني" أي: ينصفني.

ما رأيك في هذه القصة؟ وهل تراها تلبي حاجة نفسية عظيمة لديك، ألا يحدوك الأمل في رحمة من الله!

د- الحاجة للحرية:

الاستدعاء بذكر حوادث وقعت لظالمين، وحوادث في عدل الملوك.

هـ- الحاجة للقَبُول الاجتماعي:

هي رغبة كل فرد بالإحساس بالقَبُول والاندماج في المجتمع، استبدال شعوره بالخجل والعزلة والغربة.

ومن أهم وسائل تلبية هذه الحاجة لدى المستمعين:

السؤال، مثل:

- **أتدرون أن الإسلام عندما دعا إلى الحياء لم يقصد به الخجل؟**
- **أن السلام طريق لبدء تعارف طويل؟**
- **هل تدري كيف تكسب ود رجل، وتديم هذه المودة؟**

ولاحظ..

١- أن ما يهمك هو: أكثر هذه الدوافع والاحتياجات شيوعاً بين قطاع مستمعيك.

٢- إن نجاحك يكون بإشباعك لأكثر من حاجة في وقت واحد.

٣- يمكن أن يكون نفس العامل المستخدم لجذب الانتباه، هو نفسه مخاطب للحاجات، مثل القصة، السؤال، الإحصائية... إلخ.

٤- ومن أساليب الجذب واستدعاء الحاجات العامة:

أ- المزاوجة بين حاجتين: تذكر واحدة في المقدمة، والأخرى في الخاتمة.

ب- التكرار: بتكرار نفس القصة والعبارة، أو السؤال في المقدمة، ونفسه في الخاتمة.

مثال: بدأت خطبة حول علاقة المودة والسكن في البيت، وبدأت بآية: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُم مِّنْ أَنفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِّتَسْكُنُوا إِلَيْهَا﴾[الروم:٢١]، وكانت هذه الآية نداء لاستدعاء الحاجات النفسية عند المستمعين.

وفي الخاتمة أعدت نفس النداء؛ قائلاً: هل تدرون -الآن- أن بأيديكم تحقيق هذه الآية: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُم مِّنْ أَنفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِّتَسْكُنُوا إِلَيْهَا﴾[الروم:٢١].

- خامساً: احصر عربات العناصر الأساسية:

١- تذكر..

أ- ما هدفك؟ ب- ما فكرتك المحورية؟

أي شيء من عقلك على الورقة.

٢- دوّن خططاً للتنظيم المنطقي لعناصرك. **٣- ضع ٣م: وبعد أن حصرت عرباتك؛ بل ورتبتها خلف القاطرة، وأيها قبل الخاتمة؛ لا بد أن ستخدم آلة (٣م) للتأكد من سلامة العربات للسير، وهي:**

١- موحدة: أن ترتب هذه الأفكار كعلاقة الجزء بالكل.

٢- متوافقة: بتركيز الفكرة السابقة قبل الانتقال إلى التالية؛ ليحدث عند المستمعين تفاعل مع الفكرة.

٢- مؤكدة: حيث إن هذه الأفكار الأساسية لا بد أن تظل واضحة أمام المستمع.

فعليك بتأكيدها بالآتي:

أ- زيادة مرات الحديث عن عنوان الفكرة.

ب- إعادتها عند الانتقال.

جـ - توضع في البداية والنهاية.

طلاء العربات:

فحتى تتطور أفكارك الأساسية يمكنك:

١ - ترتيبها بحيث الأسهل في البداية ثم تتدرج.

٢ - ضع ما يتقبله المستمع بسهوله في البداية ليحدث الاقتناع المبدئي.

٣ - اعكس نظام الحديث؛ بحيث يمكنك أن تذكر الأمثلة قبل أن تضع لها عنواناً.

- سادساً: املأ عرباتك بحمولة النقاط الفرعية:

ومصدر هذه الحمولة: كمية المعلومات التي جمعتها، وروح الوفرة التي جمعت بها هذه المعلومات ستساعدك على ملء عرباتك حتى آخرها، ولا تنس أنك مثقف!

ولكن لاحظ عند ملء العربات الآتي:

١ - الخطأ عند تقييمك للمشاهدات، ثم تتحيز بشدة لتقييمك الشخصي الخاطئ.

٢ - التسرع في التعميم الزائد بلا دليل، والله ﷻ لم يعمم في كثير من الأحوال؛ قال سبحانه: ﴿وَدَّ كَثِيرٌ مِّنْ أَهْلِ الْكِتَابِ﴾[البقرة:١٠٩]، ﴿وَكَثِيرٌ مِّنْهُمْ فَاسِقُونَ﴾[الحديد:١٦].

٣ - الأمثلة غير المطابقة للحال، وتعميمها على المجموعة.

٤ - ليس معنى التشابه في بعض الجوانب: أن المقارنَيْن متشابهَين في كل شيء.

٥ - ذكر خيار واحد فقط عند عرض الحلول، مع وجود الكثير من الخيارات.

٦ - تشتيت الموضوع بالزوائد الهامشية أو التفاصيل الفنية؛ كالإعراب، وشرح الغريب، والنكت الفقهية، والفنون الحديثية، وغيرها.

٧ - أن تسأل أسئلة محرجة، مثل: كم منكم زوجته محجبة؟!

٨ - ربط النتائج بأسباب غير دائمة، وبإخراجك هذا الحشو من بضاعتك تمتلئ

عرباتك بأفضل النقاط الفرعية.

ولا تنس أن تستخدم أوعية جيدة مثل: القصة، المثال، الإحصائيات، الحالات، المأثورات.

- سابعاً: اربط عرباتك بوصلات قوية:

وتحتاج هذه الوصلات في أماكن محددة:

١ - بين المقدمة والموضوع.

٢ - بين كل عنصر أساسي في الموضوع والذي يليه.

٣ - بين الموضوع والخاتمة.

وأنواع الوصلات:

١- **فعلية**: وهي تؤكد تواصل الأفكار والتوافق بينها.

وهي أنواع:

أ- لإضافة نقطة.

ب- لإظهار الفرق بين نقطتين.

جـ - لربط وجهتي نظر مختلفتين.

د- لربط نقطتين بينهما سبب واحد.

هـ- للتأكد بتكرار نفس النقطة.

و- بالإشارة للنقطة التالية.

٢- **بعدية**: وذلك لتذكر نفسك ومستمعيك بما مر، وما سيأتي.

فبعد خطوتين أو ثلاث؛ لا بد أن تطلع مستمعيك على أفكارك، وتعمل على وصلها معاً برباط قوي.

٣- **صوتية وحركية:**

فتغير الصوت من حيث القوة والضعف والارتفاع والانخفاض يقوم بدور التنبيه على الاتصال بين الفقرات.

وكما أن حركة اليد، والتفاتات الجسد تنبيه -أيضاً- للمستمعين إلى انتقالك من نقطة إلى أخرى.

- ثامناً: إياك أن تخرج عن القضبان:

مثل: أن تتحول عن الكلام إلى مخاطبة شخص، أو مداعبة، أو التنبيه على التسجيل والكتابة.

واحذر.. السلوك العدائي مع المستمعين.

استأصل عوامل التشتت؛ فإن أي عامل يؤثر على الحواس الخمس؛ يعتبر عامل تشتت مثل صوت، شكل، رائحة.

- تاسعاً: اهتم بعربة المؤخرة:

١ - توحيد الخطبة، ولَـمّ شملها. ٢ - إظهار الأفكار المهمة وتأكيدها.

ولاحظ مرة أخرى تلك الأجزاء في عربة الخاتمة:

أ- تذكير مستمعيك أن موضوعك مرتبط باحتياجاتهم.

ب- التأكيد على السير بالفكرة الرئيسة.

جـ - تكرار النقاط الأساسية.

د- ودائماً اجذب انتباه مستمعيك.

ولاحظ:

١- أذكر الفكرة الرئيسة والنقاط الأساسية بنفس العبارات التي ذكرتها في المقدمة والموضوع؛ حتى لا تشوش على المستمعين.

٢- يمكنك إضافة حاجات جديدة على ما ذكرته في المقدمة.

٣- يمكنك جذب الانتباه بطرق تختلف عما ذكرته في المقدمة.

- عاشراً: اقفز من قطار الأفكار:

وذلك بعبارة ختامية تعلق بأذهان المستمعين.

ويجب أن تكون الجملة الختامية:

١ - قصيرة للاسترجاع السهل.

٢ - جميلة للاستمتاع والتذكر.

٣- غير مفاجئة؛ ولكنها طبيعية مع مجرى الكلام النهائي.

وستترك المستمعين في حالة من الإيجابية، وشعور أنك كنت تستحق أن يستمعوا إليك.

وضجت القاعة بالتكبير:

في مناظرة مع جماعة كانت تنكر سُنة النبي ﷺ في كلية الطب جامعة القاهرة، أطلقت على نفسها (جماعة النور)، وكان المناظر لهم إمام أهل السُّنَّة الشيخ نجيب المطيعي؛ الذي أخذ

يتحدث حول أفكارهم ويفندها جزئية جزئية؛ بأسلوب مُشوق، وعرض علمي ممتع، بهر الموجودين، وأخذ بانتباههم.

ثم ختم فضيلته كلمته بقوله بصوت مرتفع مؤثر:

"وإن جماعة تعتنق مثل هذه الأفكار، وتؤمن بتلك المبادئ وتروج لها؛ هي ظلام في ظلام في ظلام؛ وإن أطلقوا على أنفسهم: جماعة النور!!".

وضجت القاعة بالتكبير!

تمرين لإلقاء خطبة أو كلمة[١] :

١- **اختر موضوعاً لإلقائه** في حدود (١٠ إلى ١٥) دقيقة (شاملة إدارة النقاش والأسئلة).

٢- **حضّره** جيّداً.

٣- **جهّز وسائل الإيضاح ما استطعت**، واستعمل الأجهزة والكمبيوتر والأوراق الكبيرة، أو اللوح إن أمكن.

٤- **اطلب** من **(٤ إلى ٥)** من زملائك الاستماع إليك وتقييمك.

٥- **استعمل** نموذج تقييم المحاضر، والتقييم العام المرفق.

٦- **كن** جاداً في التعامل مع التمرين.

٧- **لا تتوقف بعد البدء**؛ فالوقت محسوب (اطلب من أحد زملائك توقيت الحديث، وضع ساعة أمامك).

٨- **لا مانع من تلقي الأسئلة الخفيفة أثناء الحديث**، أو الطلب منهم أن يجعلوا جميع الأسئلة في النهاية.

٩- **اطلب منهم عدم المجاملة عند التقييم**، فالهدف ليس النقد؛ وإنما مساعدتك على التحسن.

١٠- **كرر هذا التمرين كل فترة**؛ لتتطور باستمرار.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٣٨).

G إدارة الأسئلة[1] G

يحتاج الخطيب في جلسة الأسئلة إلى مهارة خاصة تكشف مخزونه المعرفي للجمهور، وتثري النقاط المهمة أو غير المطورة في خطبته، وتوفر للجمهور فرصة للمناقشة وسبر أغوار موضوع الخطبة.

"لا بد أن تكون مستعداً لفقرة السؤال والإجابة، إذا قدمت حديثاً قوياً؛ولكنك فشلت في فقرة الأسئلة والأجوبة؛ فإن الانطباع الأخير الذي سيبقى عنك هو الانطباع السلبي.

إنك لا تريد أن يوجه إليك سؤال لا تعرف كيف تجيب عنه بثقة"! **كارين**

لا تفعل..

Û لا تختصر الوقت؛

Ü بل أعط وقتاً كافياً للأسئلة؛ فالناس بحاجة إلى بعض الوقت للتفكير وصياغة الأسئلة، وقد ثبت أن السبب الأول في عدم مشاركة الجمهور هو: عدم إعطائهم وقتاً كافياً للتفكير.

Û لا تقل: هل هناك سؤال!

Ü بل قل: فكروا في بعض الأسئلة، أو هل هناك أمر يحتاج إلى تفصيل؟ أو هل هناك تعليق؟ ونحو ذلك؛ مما يجعلهم يفكرون.

Û لا تترك جميع الأسئلة للنهاية؛ إلا إذا كنت مضغوطاً في الوقت، أو كان عدد الحضور كبيراً.

Ü بل رحِّب وشجع الأسئلة؛ حسب الحديث المطروح، فهذا سيشجع الناس على المشاركة.

إجابة الأسئلة: فترة إجابة الأسئلة هي في الحقيقة نوع من الخطابة المرتجلة، وإليك

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٠٨).

بعض النصائح الرئيسة لذلك:

D **اتفق مع المنظمين** على وقت محدد للأسئلة في النهاية، أو قَبُول الأسئلة أثناء الحديث (وهذا أصعب).

D **حدد ما إذا كنت ستقبل الأسئلة الشفهية (وهي أصعب)، أم الكتابية فقط.**

D **بعض أنواع الخطابة لا تحبذ فيها الأسئلة،** مثل: الحديث الإيماني، أو سرد القصص، أو السير، وكذلك الخطابة الحماسية، أو التشجيعية، أو الترحيبية، ونحوها.

D **الأمر كذلك يعتمد على عدد الحضور**؛ فكلما زاد العدد فالأفضل الاكتفاء بالأسئلة التحريرية.

D **إذا كنت ستقبل الأسئلة الشفوية بوجود جمهور كبير**؛ فاحرص على أن يكون الصوت مسموعاً، أو وفر (ميكروفوناً) متنقلاً للجمهور، أو كرر السؤال ليسمعه الباقون.

D **لا مانع من إعادة صياغتك للسؤال الصعب**؛ لتجعله مفهوماً لك وللجمهور، ولكن تأكد أن صاحب السؤال موافق على الصياغة الجديدة (مثلاً: هل هذا هو سؤالك؟ أو هل عبّرت عن سؤالك بشكل مناسب؟).

D **لا تجب عن أي سؤال، ولا ترد على أي تعليق** فيه إحراج أو إهانة لك، أو لأحد الحضور، أو الجهة لمنظمة.

ويمكنك أن تكتفي بقول: (شكراً، أو سنبحث الأمر -إن شاء الله-، أو لا تعليق، ونحوها).

D **حضّر خاتمة أخرى لإنهاء الأسئلة**؛ تترك انطباعاً قويّاً.

D **إذا لم يسأل أحد أي سؤال**؛ فكن جاهزاً بسؤال مثير؛ فقل مثلاً: (من الأسئلة الهامة في الموضوع)، أو (من الأسئلة التي سئلت سابقاً..).

D **إذا سؤلت سؤالاً يحتاج إلى تفكير:**

Û **فكّر** ماذا يود الجمهور أن يسمع؟

Û **أعد** صياغة السؤال (هذا يعطيك وقتاً للتفكير).

Û **تكلم** بالعموميات أولاً.

Û **اكتف** بهذا القدر، وقل: لعلنا نتوسع فيه مستقبلاً.

Û **أجب** بإجابات مختصرة.

Û **اذكر** أن الموضوع يحتاج إلى وقت أطول.

Û **فكّر** بالإجابة جيداً قبل أن تنطق بها.

مدة الأسئلة :

١- **في الغالب تكون مدة الأسئلة من (١٠- ١٥ دقيقة)،** ويفضل ألا تزيد عن ذلك؛ إلا في بعض الحالات التي تتطلب شرح شيء مهم، أو بيان نقطة مهمة قد تؤثر على فهم الجمهور لمحاضرتك أو خطبتك.

٢- **إذا كانت الدورة طويلة؛ فيمكن إعطاء فترة للإجابة على الأسئلة بعد كل فصل رئيسي،** وهذا أفضل من الانتظار حتى النهاية.

٣- **إذا كان العدد قليلاً؛ فيمكن إلغاء فترة الأسئلة التي في النهاية،** والاستعاضة عنها بالأسئلة المباشرة أثناء الحديث.

السائلون..

الناس يختلفون في طباعهم وطرق تعاملهم، وبينما أكثر الناس سيكونون لطفاء ومؤدبين وحريصين على الاستفادة منك، ويسعدهم نجاحك؛ إلا أنه في حالات قليلة نادرة قد يظهر من بينهم من يتحدث بأسلوب جاف، أو غير مؤدب، أو غير ذلك من الأساليب المزعجة.

كيفية التعامل مع صاحب الأسئلة الاستفزازية :

@ **لا تعتبر السؤال استفزازيّاً، بل أجب وكأنك لم تسمع الجزء الاستفزازي من السؤال؛** ﴿وَلاَ تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلاَ السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ . وَمَا يُلَقَّاهَا إِلاَّ الَّذِينَ صَبَرُوا وَمَا يُلَقَّاهَا إِلاَّ ذُو حَظٍّ عَظِيمٍ﴾[فصلت:٣٤-٣٥].

@ **ليكن صوتك هادئاً، وأسلوبك محبباً؛ وكأنك تحدث صديقاً لا عدواً.**

@ **لا تنس أن تبتسم؛ ولكن احذر أن تبدو وكأنها ابتسامة استهزاء.**

@ **كن أميناً في إجابتك وصادقاً، واعتراف بخطئك؛ إن كنت أخطأت، أو قل: لا أدري؛ إن كنت لا تعلم.**

@ **رحب بالسؤال، واذكر أن مثل هذا الأسئلة** تساهم في إيضاح الموضوع.

@ **تذكر أنك إن لم تكسب صاحب السؤال؛ فستكسب الجمهور على الأقل.**

@ **لا تدخل في جدل مع السائل؛ وإن لم تتفقا قل:** (الاختلاف لا يفسد الود، وليس بالضرورة أن نتفق على كل شيء؛ فيكفي أننا اتفقنا على معظم الأمور).

كيف يتم التحضير للتعامل مع الأسئلة؟[1]

. حضِّر نفسك مسبقاً للتعامل مع الأسئلة، وخطِّط لذلك؛ بحيث تجعلها تُجيَّر لك لا ضدك.

واستعد للأصعب؛ ليبدو ما هو دونه أسهل.

واجعل الجزء الخاص بالأسئلة جزءاً لا يتجزأ من عملية الإلقاء، وتمرن على الإجابة على أسئلة مفترضة.

. وتتم عملية التخطيط للتعامل مع الأسئلة من خلال الإعداد المسبق الذي يتطلب:

أولاً: قم بإعداد جمل مركزية: تلخص وجهة نظرك، وهدفك الذي تسعى لإقناع الحضور من خلال طرح الموضوع؛ بحيث تكون حاضرة في ذهنك؛ لتقارن بينها وبين السؤال المطروح من حيث موافقته بفكرتك، أو مخالفته لها، لكي تقرر ردك بناءً على ذلك.

ثانياً: توقع الأسئلة: وهذا يزيد من معرفتك وتركيزك على ما تريد.

وذلك من خلال معرفة الحضور، وخلفياتهم الثقافية، ومعلوماتهم عن موضوعك؛ بحيث تتوقع عدداً من الأسئلة، كما يمكن تشجيع الأهل والأصدقاء -عند تمرنك أمامهم- على طرح الأسئلة.

وهذا يعطيك مؤشراً بالجوانب التي قد تبدو غامضة للمتلقي، الأمر الذي يدعوك لأن تفكر من وجهة نظر المتلقي.

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٣٠٦).

ثالثاً: قم بتحضير مواد إضافية احتياطية: (ليست من ضمن الحديث الأساسي)؛ وخصوصاً تلك التي تثير اهتمام الحضور أكثر من غيرها؛ لكي تستخدمها في الإجابة عن الأسئلة ذات الصلة بها.

رابعاً: قم بصياغة الأسئلة التي توصلت إليها، ثم جهّز الإجابات عنها، وتمرن على ذلك فعليّاً.

متى تطرح الأسئلة؟

أعلن أثناء افتتاحيتك عن استراتيجيتك للتعامل مع الأسئلة بعد أن تبدأ بالمقدمة، وقبل أن تنتقل إلى متن الحديث.

وهناك استراتيجيتان لكيفية طرح الأسئلة، وهما:

© **الاستراتيجية الأولى: طرح الأسئلة فور نشوئها** (بحيث يكون وقت طرح الأسئلة مفتوحاً).

بمعنى: أن المتلقي يطرح سؤاله مباشرةً؛ بمجرد ما يتبادر في ذهنه.

وميزة هذا الطريقة: أنها تضمن تفاعل الحضور مع الفكرة المطروحة، وتضفي على العرض أو الحديث طابعاً وديّاً وغير رسمي؛ بحيث يطرح المتلقي سؤاله، ويتلقى الإجابة مباشرةً.

ولكن لهذه الاستراتيجية سلبيات:

إحداها: أن ذلك قد يأخذ من وقت كلمتك.

والسلبية الثانية: أنها قد تقود إجاباتك إلى أفكار لا تريد عرضها، أو قد تؤدي إلى خروجك عن الموضوع المراد عرضه؛ فتدخلك في جوانب رعية، وتشغلك عن هدفك الحقيقي، وقد تخرج الأمور عن سيطرتك.

والسلبية الثالثة: أن بعض الأسئلة ستأتي إجابتها في ثنايا كلمتك لاحقاً؛ لذا يقتصر استخدام هذه الاستراتيجية على المتحدث الخبير والملمّ بموضوعه تماماً؛ لأنها تحتاج لمهارات جيدة في ضبط النقاش.

© **الاستراتيجية الثانية: أن توضح للحضور بأنك ستخصص وقتاً للأسئلة في نهاية الحديث،** وتطلب مهم تدوين أسئلتهم ي أوراق لعرضها؛ وذلك للتغلب على سلبية نسيانهم

للأسئلة من جهة، ولكي تضمن تفاعلهم معك من جهة أخرى.

وهذه الطريقة تضمن لك التحكم في الوقت بشكل جيد؛ بحيث تتدفق أفكارك بشكل انسيابي ودون مقاطعة.

وينصح باستخدام هذه الطريقة للمتحدثين المبتدئين، وكذلك لمن ليس لديه إلمام كامل بالموضوع، أو عند التحدث أمام عدد كبير من الجمهور، أو في مناسبات رسمية.

كيف تُطْرَحْ الأسئلة عليك؟

تخضع الإجابة لهذا السؤال على حسب طبيعة المكان وعدد الحضور، فإذا كان الحضور في قاعة اجتماعات، وتستطيع سماع آخر جالس في القاعة؛ فهنا تكون الأسئلة شفهية ومباشرة.

وأما إذا كان إلقاؤك في مسرح به مئات الحضور؛ فعليك أن تطلب من المنسق أن يجهز لاقطاً صوتيّاً في وسط المدرج، أو لاقطاً لاسلكيّاً متنقلاً بين الحضور الذين يرغبون في طرح الأسئلة.

وهناك طريقة أخرى هي أكثر أماناً، يتم فيها تجنب الأسئلة المحرجة؛ حيث تتم عملة انتقاء الأسئلة المراد الإجابة عنها، وهي: أن تطلب من الحضور تدوين أسئلتهم في وريقات توزع عليهم مع بداية الإلقاء، ثم تُجمع منهم لاحقاً؛ ليقوم المنسق بفرزها وقراءتها عليك؛ لأنه لن يكون بمقدورك قراءة الأسئلة والإجابة عنها في آن واحد هذا جانب.

والجانب الآخر هو: أنك قد تتعرض لموقف محرج حينما لا تستطيع قراءة خطوط بعضهم.

إرشادات للتعامل مع الأسئلة :

© **استفسر أولاً من المنسق**: هل سيكون هناك أسئلة؟

© **قدم إجابة صريحة ومباشرة.**

© **خذ الأسئلة من أرجاء القاعة**؛ بحيث تتيح الفرصة للجميع لطرح أسئلتهم.

© **استخدم قاعدة (٢٥% - ٧٥%)**؛ بحيث توجه (٢٥%) من اتصالك البصري إلى السائل وحوالي (٧٥%) لبقية الحضور؛ لأنك إذا استمررت بالنظر إلى السائل نفسه؛ فإنه سيعاود طرح السؤال، أو سيطرح سؤالاً أخراً.

© **لا تقاطع السائل، واستمع لمحتوى السؤال والغرض منه كاملاً قبل الإجابة**؛ لأنك إذا استعجلت في مقاطعته؛ فإنك ستجيب عن أسئلة لم تطرح.

© **تحكَّم في تعبيرات وجهك أثناء طرح الأسئلة**؛ لأن الحضور يركزون على ردة فعلك من خلاله.

© **لا تبدأ في هز الرأس أو الابتسامة أثناء طرح السؤال**؛ لأنه قد يساء فهم هذه الإيماءات.

© **عامل الأسئلة بحيادية**؛ فلا تقل مثلاً: هذا سؤال رائع! فقد يوحي ذلك بأنه بقية الأسئلة سيئة، بل أعرب عن تقديرك للسؤال أو السائل، ولا تنس أن تقدر جميع السائلين.

© **إذا لم تفهم السؤال**؛ اطلب التوضيح.

© **لتكن إجاباتك قصيرة ووافية**، ولا تجب عن أكثر مما سُئلت عنه؛ لأنك قد تفتح على نفسك نقاش نقاط لا ترغب في عرضها، فكلما طالت الإجابة زادت فرص الوقوع في الخطأ.

© **أعد طرح الأسئلة الإيجابية والأسئلة التي تخدم هدفك**؛ للتأكد من أن الجميع قد سمعها.

© **لا تأخذ السؤال بشكل شخصي.**

© **لا تجعل المستمعين يشعرون بعدم ارتياحك للأسئلة المطروحة.**

© **إذا انهالت عليك الأسئلة**؛ فلا تعلن بأن هذا هو آخر سؤال؛ لأنك ستعرض السائل لموقف محرج، ولكن قل: سآخذ سؤالين، ثم نختم هذا اللقاء.

وغالباً لن توجه إليك أسئلة أخرى، لأنه بعد السؤال الثاني -غالباً- لن يحاول أحد طرح سؤاله؛ خشية أن يقع في موقف محرج.

© **لا تمض وقتاً طويلاً مع سائل واحد**، ويحدث ذلك عندما تحاول التأكد من موافقة السائل وإقناعه بما تقول -كما هي حالة بعض المتحدثين-؛ مما يضيع الوقت عن أسئلة بقية الحضور؛ لذا عليك الإجابة بطريقة تحقق نقطتك وهدفك.

© **احذر من الوقوع في فخ تلقي الأسئلة والإجابة عنها إلى ما لا نهاية**؛ بشكل يستمر فيه طرح الأسئلة وأنت تجيب عنها تبعاً لذلك، إلى أن يصيب الحضور الملل، ومن ثم يغادرون المكان، وإنما عليك الالتزام بالوقت المحدد للأسئلة دون تجاوز.

ومن لديه أسئلة إضافية يمكن مناقشتها لاحقاً؛ ولو بشكل فردي.

G إنجاز التعهدات[1] G

من المعتاد أن يقوم المتحدث بإصدار تعهدات والتزامات خلال حديثه، فقد يطلب أحد الحضور إحصائية أو يطلب آخر معلومة معينة؛ فيقوم المتحدث بقطع وعد على نفسه بتقديمها أو إرسالها إليه -مثلاً-.

ولكي تحافظ على مصداقيتك فعليك الإيفاء بأي التزام أو تعهد تقطعه على نفسك، أو الاعتذار ممن طلب المعلومة أو الإحصائية.

خطة عمل:

من الأخطاء الشائعة لدى المتحدثين؛ وخصوصاً في عالمنا العربي هو: الاكتفاء بتقديم الحديث أو العرض؛ دون إعداد خطة عمل.

فقد يتفاعل الجمهور معك ويتأثرون بما قلت لهم... لكن كل ذلك قد يضيع سُدى؛ لأن الجمهور بمجرد خروجهم من القاعة سينشغلون بمشاغلهم الخاصة، كما أن مستوى حماسهم سيقل.

ولو افترضنا استمرار الحماسة لدى عدد منهم؛ فمن ذا الذي سينسق جهودهم؟ هل ستقوم بالاتصال بهم لاحقاً لإنجاز المطلوب؟

لقد كانوا أمامك عندما كنت تتحدث؛ فلماذا قمت بالتفريط في تلك الفرصة؟

وحتى لا يقع مثل هذا الخطأ؛ فإن عليك إعداد خطة عمل محددة تشتمل على: المهام المطلوبة، وحقل خاص بتواريخ الإنجاز، وحقل يدون فيه اسم من سيتولى المهمة.

وبعد انتهاء حديثك تبدأ بطلب متطوعين لتنفيذ المهام.

وبهذه الطريقة تضمن استثمار تأثيرك في الحضور، وتحقيق غرضك، وتستطيع تنسيق جهودهم، والاستفادة من اقتراحاتهم لتحقق الهدف بسرعة ودقة، وسوف يزداد عدد المبادرين بالتطوع؛ لأنه سيكون أمام الجميع ومحل تقديرهم.

مثال: نفترض أن حديثك كان عن أهمية اجتماع الأسرة التي تنتمي إليها، وكان هدفك هو: إنشاء صندوق ينظم لقاءات شهرية، ونفترض -أيضاً- أن الحضور -هم من أفراد الأسرة- قد

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٣٢١).

اقتنعوا بأهمية هذا المشروع.

دعنا نتخيل أولاً: أنك لم تجهز خطة عمل!!

سيخرج أفراد الأسرة، وسينشغل كل منهم بشأنه، وبعد مرور عدد من الأيام قد تقابل أحدهم وتشكو له عدم اتخاذ أي إجراء لإنشاء الصندوق؛ فتحاول إثارة الحماسة فيه مرة أخرى، وقد يوافقك فتبدأن لكن المهمة كبيرة! أو قد يرفض القيام بذلك؛ فتخسر الجهد الذي بذلته في الاجتماع.

والآن دعنا نتخيل: أن هناك عمل كما هو مبين في الجدول؛ فسوف تطرح المهام مبتدئاً بالمهمة الأولى، وستجد مَن يتطوع لذلك لوجود جميع الأفراد.

ومن جهة أخرى؛ فسوف يتشجّع الأفراد الموجودون بالمبادرة بالمشاركة في إنجاز هذه المهام على أساس أن تطوعهم سيكون محل تقدير جميع الحضور.

مثال لخطة عمل لإنشاء صندوق للأسرة

المهمة	اسم المتطوع	تاريخ إنجاز المهمة
الحصول على ترخيص من الجهات الرسمية.		
جمع الإسهامات والتبرعات.		
استئجار استراحة وترتيبات الطعام.		
الترتيب للاجتماع وتوزيع الدعوات.		
إعداد جدول أعمال للحفل.		
الترتيب لاختيار أعضاء لمجلس إدارة الصندوق.		
تنظيم مسابقات		

فخطة العمل هذه تضمن لك -بعد مشيئة الله- تحقيق هدفك من الحديث، وهو: إنشاء صندوق للأسرة، لكن لو لم يتم إعداد مثل هذه الخطة؛ فقد لا يتحقق إنشاء الصندوق.

وهذه ينطبق كثيراً على الأهداف التي يسعى المتحدث لتحقيقها؛ ولذلك ينبغي عليك أن تتأكد من إعدادك لخطة العمل -إذا كان الهدف يتعلق بالقيام بشيء ما- قبل أن تقدّم حديثك؛ بحيث يتم تعبئة حقول هذه الخطة بنهاية الحديث.

الباب الرابع: انظم لنادي الخطباء المحترفين

- التدريب الفعال.
- حصار الخوف.
  - Û المظهر.
  - Û الصوت.
  - Û لغة البدن.
  - Û التنوع.
- صقل المهارة.

G التدريب الفعال[1] G

D هناك ست خطوات للتدريب الفعال:

كلما كنت مستعداً كلما انخفض قلقك وازددت تأثيراً فيمن تخاطب.

إذا أردت أن تكون مؤثراً فمن المهم ألا تكون قلقاً، وإذا أردت ألا تكون قلقاً فمن المهم أن تكون مستعدّاً للتغلب على القلق.

القلق عدو لا يمكن رؤيته؛ لأنه يسكن داخلك، والتخلص منه يحتاج إلى مهارة نفسية، الاستعداد يقتل القلق ويطفئ التوتر ويزيل الرهبة، والتدريب يجعل منك شخصاً محترفاً.

اتبع الخطوات الست:

١- **اطبع أو اكتب بخط اليد ما تريده؛ بخط كبير ومسافات واسعة، وسطور متباعدة**، كل صفحة تنتهي بنقطة؛ حتى لا تضطر إلى قلب الصفحة لتستكمل الجملة.

٢- **اقرأ ما كتبته بصوت مرتفع وأنت تقف أمام المرآة**، وتابع خروج الكلمات وسلاستها،توقف عند الكلمات الصعبة واحذفها، أو حاول قراءتها بشكل صحيح.

٣- **تدرب على الوسائل المساعدة التي تستخدمها: كيف تستخدم الكمبيوتر**، كيف تتعامل مع الصوت، مع الصورة، أين ستقف للشرح؟ وأين ستترك الصورة أو الخريطة تعبر عن نفسها؟

٤- **اختصر ما تريد أن تقدمه إلى: مجموعات، أو حزم متتالية، أو نقاط أو عبارات؛** تسترشد بها على المنصة، وقم بطباعتها على ورق حجم صغير (٧ × ٥) أو (٥ × ٨) أو (٥ × ١١)، قم بترقيم كل صفحة؛ حتى يسهل عليك الاستعانة بها أثناء العرض.

٥- **تدرب على استخدام الإشارات؛ خصوصاً اليدين والذراعين**، ولا تضع يدك في جيبك أو خاصرتك، وأحذر وقفة الجندي (منفرج القدمين، واضعاً يديه خلف ظهره).

٦- **ارتدي الزي الذي قررت أن ترتديه، وقف أمام المرآة**، وتأكد من أن الزي لا يتعارض مع ألوان المسرح أو القاعة التي تقف عليها (الألوان الرمادية هي ألوان الوقار التي تدفع الآخرين إلى احترام المحاضر أو الضيف أو المسوّق).

---

(١) "كيف تعرض أفكارك"، د. حمزة زوبع، (ص٦٢).

حصار الخوف[1]

خوفك ينحصر في عدة مظاهر:

المظهر الأول: القلق بسبب حَمَاسية الموقف.

لعلاج الحساسية للموقف عليك باستخدام ما أسماه تارون باور: "هرم القلق"، أو ترمومتر الخوف.

وتكون التجربة كالآتي:

تسجيل مراحل الخطبة منذ كونها تكليف حتى الوقوف على المنصة؟

١- أنا مطالب بخطابة. ٢- أنا أخاف الخطابة.

٣- أقرأ الآن عن حصار الخوف. ٤- أبحث عن موضوع.

٥- ترتيب العناصر. ٦- كتابة الخطبة كاملة.

٧- التمرين عليها. ٨- اليوم السابق لها.

٩- قبل الإلقاء مباشرة. ١٠- عند الإلقاء.

هذا ليس هو الترتيب الطبيعي لمراحل الخطبة الحقيقية، إنما هو ترتيب حالتك أنت النفسية تجاه كل موقف منها، **أعد ترتيب هذه المواقف تنازليّاً حسب صعوبتها بالنسبة لك؛** بحيث يكون أقل درجة صعوبة في الترمومتر عند الموقف رقم (١٠)، وأصعبها هو الموقف رقم (١).

وقد تكون الإجابة بهذا الشكل:

١- عند الإلقاء. ٢- قبل الإلقاء مباشرة.

٣- اليوم السابق لها. ٤- التمرين عليها.

٥- كتابة الخطبة كاملة. ٦- ترتيب العناصر.

٧- البحث عن موضوع. ٨- أنا مطالب بخطبة.

٩- أقرأ عن حصار الخوف. ١٠- أنا أخاف الخطابة.

---

(١) "لقاء الجماهير"، أكرم رضا، (ص٣٠).

وعليك بأن تصعد هذا الترمومتر خطوة خطوة من أسفل إلى أعلى، وأن تعبر المواقف موقفاً موقفاً بحيث لا تنظر إلى الأمر بأكمله فيصعب؛ ولكن تنظر إليه جزءاً جزءاً.

يقول تارون باوز: "الموقف العصيب لا يختلف كثيراً عن الماء الساخن، ولكي تتعود سخونته تضع نفسك -أولاً- في الموقف الأقل صعوبة! كرر هذا الأمر ستصل إلى اللاحساسية".

ولتصل إلى هذه الحالة: تخيل نفسك نجحت في كل خطوة قبل أن تنتقل لغيرها.

المظهر الثاني: رد الفعل الجسدي أثناء الخطبة:

اسأل نفسك هذا السؤال: ما حجمك؟

فهذا السؤال هو عنوان التمرين التالي الذي تتعامل من خلاله مع ردود أفعالك أثناء الخطبة والحروف الأربعة المكونين للسؤال: **ح ج م ك.**

هي الحروف الأولى من ردود أفعالك التي تظهر على جسمك نتيجة لما يدور في نفسك والتي تتلخص في الكلمات الأربع: **حركاتك.. جسدك.. مخيلتك.. كلامك**

وتشمل هذه الكلمات الأربع:

١ - حركاتك (ح): التي هي حركة الجسم، تعبيرات الوجه، تبديل القدمين.

٢ - رد فعلك الجسدي (ج): مثل: جفاف الحلق، صداع، رعشة، غثيان،...

٣ - أفكارك ومخيلتك (م): ما يدور داخل عقلك من آراء حول نفسك.

٤ - كلامك وصمتك (ك): ما تقوله لمستمعيك، وما تحدث به نفسك...

فالخوف هو الذي ولَّد فيك شعور بعدم الثقة، تلك التي سيطرت على عواطفك ومشاعرك فجعلتها كلها (عواطف سلبية)، **فكانت ردود أفعالك تدور داخلك بمثل هذه العبارات:**

B أنا أقوم بحركات عجيبة أثناء الخطبة.

B وجسدي قد أغرقه طوفان الأدرينالين.

B ومخيلتي فيها صورة كئيبة لي.

B وكلامي متلعثم وصمتي ممل.

لماذا؟! **وليكن هذا موجود،** فلماذا لا يكون من حصارك للخوف التأكد من صدق هذه العواطف السلبية أو كذبها، واكتشاف الموجود منها ومحاولة التمرس على الصورة الإيجابية والخروج من مأزق السلبية؟

والآن: هل تحب أن تتعرف على حجمك الفعلي؟ قم الآن بهذا التدريب: قم بالتمرين على الخطابة بين مجموعة من أصدقائك ووزع عليهم الاستبيان التالي:

حجمك: ح ج م ك.

أولاً: حركاتك (ح): ما أظهر الحركات وتعبيرات والوجه أثناء الخطبة؟

وهل ترى ما يسمى (لازمة حركية)؟ وما هي؟

Ã أسير بلا هدف؟

Ã متجمد كالتمثال؟

Ã أقف متشابك الأرجل؟

Ã عابس كأني فقدت صديقاً؟

Ã أعبث بمفتاحي، أقلامي،... الخ؟

Ã أتحرك بشكل ميكانيكي كالدمية؟

Ã أمشي بتكاسل كالأسير، يداي في جيبي؟

Ã أتصرف بارتباك وأنا أقترب من المنصة؟

Ã أنظر حولي إلى كل شيء ما عدا الجمهور؟

Ã هل هناك أي حركات أخرى أداوم على عملها؟

Ã أو أقف وقدماي متقاربتين جدّاً أو متباعدتين جدّاً؟

Ã لو استعملت الكتابة في الشرح على سبورة أكتب بخط صغير يحتاج لعدسة مكبرة لقراءته؟

D هل هناك أي حركات أخرى (لازمة حركية) ملفتة للنظر؟ أداوم على عملها.

ثانياً: جسدك (ج): ما أهم الأعراض التي تصيب جسد وأجهزتك الداخلية عند الخطبة؟

١ - غزارة العرق. ٢ - جفاف الحلق. ٣ - سرعة ضربات القلب.

٤ - رعشة. ٥ - إسهال. ٦ - برودة.

٧ - أنفاس متسارعة. ٨ - عدم القدرة على رفع الصوت.

٩ - انقباض في المعدة. ١٠ - عدم القدرة على تحريك الجسم بسهولة.

ثالثاً: مخيلتك (م): ما أهم ملامح ما تتصوره عن نفسك أثناء الإلقاء؟

Á كبير جدّاً في السن. Á صغير جدّاً في السن.

Á لا تتميز بالذكاء. Á سمين جدّاً، أو نحيف جدّاً.

Á فاتر في حديثك، ولا تثير الاهتمام.

Á وقح للغاية، وأحمق في اختبار كلماتك.

Á مبالغ في حديثك لدرجة أنه يصعب تصديقك.

Á تبدو البراءة على وجهك؛ حتى إن أحداً لا يأخذ كلامك مأخذ الجد.

رابعاً: كلامك (ك): ما ظنك فيما يلاحظه الجمهور في عباراتك وكلامك؟

١ - عبارات طويلة معقدة. ٢ - عبارات عامية خاطئة.

٣ - عبارات مكررة مملة. ٤ - التهتهة (عدم الطلاقة).

٥ - سوء التعبير والدلالة. ٦ - لازمة لفظية.

٧ - أفعال مبنية للمجهول كثيرة (يُقَال - رُوي - كُتب - فُعل).

خامساً: صمتك (ك): ماذا يدور في نفسك من أفكار حول موقفك الخطابي هذا؟

١ - لست مستعدّاً. ٢ - أبدو مرتبكاً أحمقاً. ٣ - أشعر بالغثيان.

٤ - لن أفعلها مرة أخرى. ٥ - الكل يعلم أكثر مني. ٦ - يا ويلي.

الإناء ينضح بما فيه: هذه الأفكار ليست أفكار مستمعيك ومشاهديك؛ إنها أفكارك أنت؛ التي ولدها خوفك الشديد، فبدأت وكأنها حجمك الحقيقي.

ابدأ الآن في مراجعة الأسئلة الخمسة السابقة، وتأكد أن الإجابة الوحيدة المهمة هي إجابة السؤال الأول الذي أجاب عنه جمهورك.

? استخدم الحلول التالية للخروج من هذا المأزق، والرجوع إلى حجمك الحقيقي @

أولاً: استبدل الحركات السلبية بأخرى إيجابية.

ثانياً: بالتدريب على الاسترخاء وتجاهل الموقف يمكن تفادي كثير من أعراض أجهزتك الداخلية.

ثالثاً: اسأل نفسك عن أجمل ما في ملامحك؛ واستبدله في تفكيرك بما رسمته في خيالك عن نفسك.

رابعاً: سجل واستمع إلى نفسك، ثم حاول تغيير ما تظن في أسلوبك من عبارات وكلمات غير جيدة.

خامساً: ولماذا لا تستبدل ما يدور في نفسك من أفكار سلبية بهذه العبارات الإيجابية؟

١ - لدي الكثير لكي أقوله. ٢ - هذه خطبة هامة تناسب المستمعين.

٣ - ارتديت ما يناسب الموقف. ٤ - نمت جيداً؛ فأبدو يقظاً نشيطاً.

والآن.. بعد استبدال الكثير من الحركات السلبية بأخرى إيجابية، وبعد التدرب على الاسترخاء؛ فزالت كثير من مظاهر توترك، وبعد أن تذكرت أفضل ما فيك واستبدلته بكثير مما في خيالك حول نفسك، وبعد أن استبدلت هواجسك السلبية بأخرى إيجابية؛ هل ستلتفت لخفقان قلبك؟

المظهر الثالث: صراع الأفكار: والفقرة الأخيرة في التدريب السابق ستمتد معنا هنا؛ حيث إنها مهمة جدّاً، فلو اجتمع كل أعدائك لمهاجمتك لما استطاعوا أن يهاجموك بمثل ما تهاجم به -أنت- نفسك!!

والعلاج: استعمل أفكاراً إيجابية تساعدك على النجاح، وبها ستهزم الأفكار السلبية في صراع الأفكار.

ويمكن عمل مثل هذا الجدول:

أولاً: وأنت تحضر الخطبة:

١- عندي كمية معلومات لا علاقة لها ببعضها.	١- إذا بدأت من جديد في تجميع المعلومات وترتيبها؛ فسوف أجد بينها علاقة بالتأكيد.
٢- أحتاج إجابة لكل الأسئلة الممكنة؛ وهذا مستحيل.	٢- أنا مستعد جيداً، وسأعطيهم ما عندي من إجابات على أسئلتهم.
٣- خطبتي لا بد أن تكون ممتازة وكاملة.	٣- الكمال لله وحده، وأفضل الخطب من الممكن تحسينها.
٤- إذا لم أستطع أن أقنع الجميع بوجهة نظري؛ فهذا معناه فشل خطبتي.	٤- لكلٍّ رأيه ومعتقداته، ومن المستحيل أن أغير وجهة نظر شخص بمجرد سماعه لخطبتي، سأعرض وجهة نظري بهدوء.

ثانياً: اقتراب يوم الخطبة:

١- أي خطأ ولو كان صغيراً سيفسد خطبتي.	١- الكل يخطئ، فخطأ واحد لن يفسد خطبة كاملة.
٢- لو نسيت سأنهار، وأفقد احترامي.	٢- طبيعة البشر أن ينسوا؛ فالنسيان خطأ بشري، وليس مصيبة كبيرة.

ثالثاً: وأنت تتمرن على الخطبة:

١- ماذا لو مَلَّ المستمعون من خطبتي، واستسلموا للنوم.	١- اهتمام البعض قد يكون أقل من البعض الآخر، سأفعل ما بوسعي، وربما النائم من التعب؛ وليس من الخطبة.
٢- خطبتي ليست دسمة بما يكفي.	٢- المستمع لا يريد في الغالب توضيحاً وشرحاً، وسأدخل في التفاصيل لو احتاج

	الأمر.
٣- لن أنجح أبداً في التحكم في مذكراتي وأوراقي.	٣- أتدرب وأكرر وأضع مفتاحاً لأوراقي.

رابعاً: وأنت تتكلم إلى الجمهور:

١- ماذا سأقول بعد ذلك؟ أين أنا؟ الحقوني!	١- فكر فقط في الآن، وأعط لنفسك راحة لبضع ثوان، وانظر إلى مذكراتك.
٢- أنا عصبي.	٢- أنا جاهز ومستعد، أعرض فكرة تلو الأخرى، وسينتهي الارتباك.
٣- إنهم لا يستجيبون، إنهم لا يحبونني.	٣- لكل أسلوبه في الاستماع، ولن أحصل على حب كل مستمع؛ فالأذواق تختلف.
٤- لماذا يغادر هذا الشخص القاعة؟ لا بد أنني أصبته بالملل.	٤- لا بد أن عنده ميعاد آخر، على العموم حظه سيئ؛ فستفوته خطبة جيدة.

خامساً: بعد الخطبة:

١- الناس لم يصفقوا كثيراً!! بالتأكيد لم أعجبهم.	١- التصفيق ليس مقياساً، وقد يصفق أحدهم أعلى من الآخر رغم أنني أعجبت الآخر أكثر.
٢- ربما يكرهونني للأخبار السيئة التي أوضحتها لهم، وربما يلومونني عليها.	٢- قد يكون هذا صحيحاً، ولكنهم أناس ناضجون وسيفهمون دوري.
٣- لقد توقعت أن أؤدي أفضل من هذا.	٣- فعلَتَ كل ما وسعي في هذه الظروف، أحمد الله؛ فهناك ما هو أسوأ من ذلك.
٤- لقد أرهقت الخطبة أعصابي بلا داعٍ، ولم تكن تستحق كل هذا التعب.	٤- كل خبرة تزيد من قدراتي، وستكون الخطبة القادمة أسهل -إن شاء الله-.
٥- كنت سأودي أفضل إذا لم يكن (رئيسي / زوجتي / مدربي... إلخ) ورائي يقيم كل كلمة أقولها.	٥- ربما ولكنني بدأت أتعلم كيف أتكلم تحت أي ضغط، وسأكون أفضل المرة القادمة.

٦- ما قلته في الخطبة ليس له أي علاقة بما حضرته في مذكراتي.	٦- الخطبة لا تكون عادة كما خطط لها، ولكن ما خططته ساعدني فيما قلته.

تلك كانت الحوارات الداخلية وردودك على نفسك، ولا زالت هناك العديد من الحوارات التي تستطيع بها أن تواجه اضطرابك في مواقفك المختلفة.

حاول أن تصنع لنفسك قوائم حوارات داخلية، وصنفها لمجموعات، وسجلها على كروت، اقرأ كل مجموعة وتذكرها جيداً؛ حتى يسهل عليك استدعاؤها بيسر ونعومة عند إلقاء الخطبة، ودون أن تشتت تركيزك استخدم كل مجموعة في وقتها ومناسبتها.

V لا تجعل الحوارات الداخلية تتحول لأفكار سطحية.

V لا تمثل، ولكن كن كالممثل الجيد.

R اجعل لكل فكرة تأثيراً عاطفياً عميقاً على نفسك كأنك تسمعها أول مرة؛ رغم إعادتك لها مرات ومرات.

على المسرح، أو في القاعة، أو في الاستديو؛ في مواجهة الجمهور، أو الكاميرا[١] :

2 الخوف شيء طبيعي يزول مع الوقت؛ فالإنسان عدو ما يجهل ويخاف مما لا يعرف.

2 زيارتك لمكان المحاضرة وحضورك قبل اللقاء، وتواصلك مع الجمهور قبل المحاضرة، يزيل الخوف ويمنحك الثقة.

تذكر.. أن الموهوبين قلة، وأن المبدعين في عالم الخطابة وعرض الأفكار إنما وصلوا لذلك بالتدريب.. ثم التدريب.. ثم التدريب.

£ الجمهور هو: أنا وأنت وصديقك وأخي؛ حتى الغرباء فهم إخوانك، فلا تتعامل مع الجمهور بأحكام مسبقة.

¤ أمام الكاميرا تذكر دائماً الكاميرا هي الناس أو الجمهور؛ فتعامل معها كما لو كنت أمام الجمهور.

---

(١) "كيف تعرض أفكارك؟"، د. حمزة زوبع، (ص٦٠).

- طرق التخلص من التوتر والإرتباك أثناء الإلقاء[١]:

الإنسان بطبيعته يميل إلى الخوف من المجهول، ويختلف خوف كل إنسان بحسب المواقف التي مرت به، وبحسب ما يمتلكه من دوافع ومحفزات، فقد نجد شقيقين كلاهما يعاني من التردد والخوف في مواجهة الجمهور، فنجد أن الأول أصبح خطيباً بارعاً، والآخر هو على حاله، والسر في هذا الأمر هو ما يمتلكه كل واحد من دوافع ومحفزات إيجابية، فجانب الإيحاءات جانب مهم للتخلص من عوامل الخوف والإرتباك أثناء الإلقاء، وبالجملة فجلسات الإسترخاء قائمة على ذلك، فلا بد كمرحلة أولى، أن نعطي أنفسنا طابع النظرة الإيجابية.

نبتعد عن: أنا لا أستطيع أن ألقي أمام إخواني.. أنا لا أستطيع أن أعتلي المنبر فقد أتعثر في مشيتي، وقد تسقط ورقة الخطبة، أو قد تسقط ورقة التقديم في الحفل وأنا ألقي..

فلان ألقى الكلمة الفلانية وارتبك وضحك عليه الناس.. أنا لا أستطيع أن ألقي أمام من هو أعلم مني؛ فقد أذكر قصة ويتهمني بأنها غير صحيحة أمام الناس، وغيرها من العبارات السلبية التي لا تليق بالشخص الإيجابي!

بل يجب الحرص على العبارات الإيجابية والنظرة الإيجابية للنفس، مثل: أن يتخيل الإنسان نفسه وقد انتهى من الإلقاء، ويتذكر مشاعر الناس من حوله، ويسمع، أصواتهم وهم يثنون عليه ويدعون له، والبعض يمد يده ليسلم عليه، هذا إن كان في مسجد، وإن كان في حفل؛ فيتخيل ويستشعر منسق الحفل وهو يضع يده على كتفه وهو مبتسم وفرح ومسرور... وهكذا.

فعلى الإنسان الملقي -المبتدأ بالذات- أن يعيش تلك المشاعر الإيجابية، ويترك غيرها من مشاعر السلبية والإحباط.

وهذا هو الأمر الأول للتخلص من التوتر والإرتباك، ثم بعد ذلك النزول إلى الميدان.

وقد يستغرب هذا البعض، ولكن هذا هو الصحيح بعد أن يتمكن الملقي من الإلمام بالموضوع المطروح والإعداد له.

والنزول إلى الميدان يكون بتوسط واعتدال وتدرج، وهذا هو الأفضل في نظري؛ وخاصة

---

(١) مذكرة تدريبية للفريق الإعلامي لشبكة "الأمجاد" الإسلامية.

عند البدايات، فالإلقاء يكون أمام خمسة أو عشرة، ثم بعد ذلك الضعف، ثم الضعف... وهكذا.

وحتماً لا يصل إلى المرة الرابعة أو الخامسة أو السادسة إلا وقد امتلك قدرة لا بأس بها في جانب الإلقاء، وليس هذا هو ما أريده من هذه الدورة، بل ما أريده هو التميز والإبداع في الإلقاء، وإلا فالملقين كثر، لكن من يحرص الناس على إلقاءه، والتلذذ بطريقته وعرضه وأسلوبه هم الأقل!!

وهذا الأمر هو الأمر الثاني للتخلص من التوتر والإرتباك.

علاج الخوف[(١)]:

إن كفي يديك المبتلتين بالعرق هما في الحقيقة من أصدقائك، فهما برهان ثابت على أنك إنسان في حالته الطبيعية، لأن هذا الهاجس لا بد وأن يكون في دمك.

فقد أودع الله هذا في جيناتك الوراثية، وقد ورثت هذا الهاجس من أسلافك القدماء، ولقد وهبنا الله مصدراً للطاقة يدفعنا للقتال أو الهرب في المواقف غير المريحة أو المواقف التي تثير المتاعب.

وهذا المصدر هو هرمون الأدرينالين (Adren-aline) الذي يساعدنا في الخلاص، وإنقاذ أنفسنا؛ ولهذا فليمتلئ قلبك سروراً أنّك تمتلك مثل هذا الهرمون.

بعض الناس يرفضون الكلام لأسباب عدة:

- **لا يوجد لدي ما أقول.**
- **فمي يتشنج عند بدء الحديث.**
- **سوف أصبح أضحوكة.**
- **أرتجف، ولا أستطيع الكلام.**
- **سوف أنسى ما أريد أن أقول.**
- **أنا خجول، ولا أستطيع الكلام.**
- **لدي شعور بالخوف.**
- **ضاعت مني الورقة.**
- **أخاف الفشل.**
- **لم أحضّر لهذا الموضوع من قبل.**
- **أخاف من تقييم الناس لي بعد الخطبة.**
- **الجمهور مثقف، ولا يمكنني الوقوف خطيباً فيه.**
- **لديّ لهجة غريبة، ولا يمكنني التحدث أمام الناس.**

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١١٦).

- **مظاهر الخوف، وطرق التعامل معها:**

المظاهر	كيف تتصرّف
Ã العرق	أهمله؛ ولن ينتبه إليه أحد.
Â دقات القلب	تنفس بعمق، ولا تنظر للجمهور مباشرة
À جفاف الفم	أبطئ الحديث توقف بين الجمل اشرب رشفات من الماء استعمل مرطّباً للشفاه
Á رجفة في الصوت	اضغط على بعض الكلمات، وتكلّم ببطء
Ä رجفة في اليد	استعمل بطاقات صغيرة لا تمسك يدك الأخرى أمسك شيئاً
Â سرعة النفس	تنفّس من أنفك لا من فمك تنفّس بعمق لا تسرع
Ã الخوف العام	انظر فوق رؤوس الجمهور لا إليهم انظر إلى صديق البس ملابس أنيقة
Âبرودة اليدين	افرُك يديك

ما الذي يساعدك على طرد الخوف؟!

قبل الخطبة	أثناء الخطبة
Y اكتب خطبتك جيداً.	k أمسك مكبر الصوت.
Y اطلب رأي الآخرين؛ ولاسيما الخبراء.	k لا تستعمل مكبر الصوت اليدوي.
Y تدرّب على خطبتك جيداً.	k لا تمسك كأساً بيدك.

Y اقرأ الخطبة مرات عدة.	k أخف يدك عن الجمهور؛ إن كانت ترتجف.
Y فكر بشيء مضحك.	k لا تمسك بورقة؛ إن كنت ترتجف.
Y افرك يديك قبل دخولك على الناس.	k أمسك المنصة بكلتا يديك.
Y مارس بعض التمارين الرياضية قبل الخطبة.	k إذا كنت جالساً أمسك ركبتيك.
Y تنفس بعمق.	k لا تفكر في غير الموضوع.
Y شدّ عضلات الجزء الخائف في جسمك.	k لا تحلل الجمهور.
Y أعط نفسك إيحاء إيجابيّاً بأنك جاهز.	k لا تقارن نفسك بمتحدث آخر.
	k انظر إلى رؤوس الجمهور لا إليهم.
	k تخيل النجاح.
	k اعترف بالخوف.

السّاعة الأخيرة:

قبل الحديث بساعة حاول أن تراعي ما يلي:

R افعل	x لا تفعل
ü ارتح واسترخ، ولا تنفعل.	O لا تراجع خطبتك في الساعة الأخيرة، بل اطمئن إلى تحضيرك؛ فالمراجعة -آنذاك- ستجعلك تتوتر.
ü تأكد من وجود الأجهزة، وتجهيز المكان.	O لا تتعب نفسك، ولا ترهقها.
ü تأكد من وجود أوراقك، والوسائل المساعدة.	O لا تأكل بكثرة.
ü اذهب إلى دورة المياه، وتأكد من اكتمال مظهرك وهندامك.	O لا تتشنج ولا تتوتر، بل استعن بالله -تعالى- وادعه بالتوفيق.
ü احضر مبكراً، واستقبل الناس (في الدورات التدريبية).	O لا تنشغل بهندامك، بل يكفيك نظرة أخيرة في المرآة.
ü ادخل القاعة بعد اكتمال الحضور، واستعداد المنظمين للبدء (في المحاضرات).	O لا تنس أن تبتسم، وافتتح الحديث بارتياح مع بعض كبار الضيوف أو المنظمين.
ü اذكر الله -تعالى-، وعليك بالدعاء بالتوفيق.	

وأخيراً..

١ - الجمهور يريد لك النّجاح، وهم حتى لو لاحظوا خوفك فسوف يشجعونك.

٢ - كلما زاد خوفك من الجمهور؛ زاد ضعفك في أداء الموضوع.

٣ - حبّك للموضوع يساعدك على تقليص الخوف.

٤ - لا تُظهر الخوف؛ ولن يشعر بك أحد.

مرحلة الإلقاء:

أولاً: المظهر[(١)]**:**

R افعل	x لا تفعل
ü ألبس ملابس متناسبة مع الموقف.	O لا تبالغ في الأناقة.
ü تأكد من النظافة والترتيب.	O لا تلبس الغريب وغير المألوف.
ü دقق في مظهرك؛ فإذا كان من الجمهور من النساء؛ فإنهن يلحظن التفاصيل.	O تجنب الألوان الغريبة (وانتبه لاختلاف البلاد فيما يعتبرونه ألواناً غريبة).
ü البس ملابس مريحة.	O تجنب الساعات والمجوهرات الباهظة الثمن.
ü البس ألواناً غامقة إذا كانت الخلفية فاتحة، والعكس صحيح.	O تجنب الألوان الغريبة للجوارب.
ü تأكد من تناسق الألوان.	O خفف ما في جيوبك قبل أن تبدأ (أو قبل أن تصعد المنصة).
ü أختر حذاءك بعناية؛ ليتناسب مع لابسك.	O لا تلبس حذاءً على مقاسك بالضبط، بل لا تلبس حذاء أوسع بقليل؛ فهذا سيريحك أكثر.
ü تأكد من تهذيب شعر الرأس، والوجه.	O لا تلبس ما فيه بقع أو تمزق.
ü تأكد من كي الملابس.	O لا تلبس ملابس النايلون؛ فهي حارة، وتسبب التعرق.
ü أغلق جميع الأزرار (وافتح أزرار لبدلة بعد بدء الحديث مباشرة).	O لا تنسَ قطع ورقة السعر من الملابس الجديدة (كم رأيناها على المحاضر).
ü البس ملابس خفيفة (انزع الملابس الثقيلة قبل الحديث) ؛ فالمنصة تسبب حرارة أكثر من العادة!	O إن كان في الشعر قشرة؛ فلا تنس استعمال الشامبو المناسب.
ü تأكد من لمعان ونظافة الحذاء.	
ü تأكد من وجود جميع الأزرار.	
ü اغتسل قبيل المحاضرة إن أمكن؛ فذلك	

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٩٨).

سينعشك، ويخفف التعرق.	O لا تنس تقليم الأظافر.
ü استعمل مانع التعرق بكثرة.	O لا تنس أهمية مظهر وبياض أسنانك.
ü استعمل الطيب، وتأكد من طيب رائحة الفم كذلك.	O لا تلبس ملابس على غير مقاسك.
ü نم جيداً في الليلة السابقة؛ وإلا ظهر عليك التعب.	O لا تمضغ العلك أمام الجمهور (حتى قبل البدء أو بعده).
ü جهز بطاقات تعريفك (visit cards).	O لا تكثر من الأكل والشرب.
ü ضع منديلاً أو محارم في جيبك.	O تجنب المنبهات والكفايين.
	O لا تستعمل قلماً رخيصاً.

ثانياً: الصوت:

" أ- تعريف الصوت[١]:

من المميزات التي يتميز بها الإنسان عن سائر المخلوقات الحية هي: قدرته على النطق، أي: اللفظ بالقول، وهو وسيلة الإنسان لتواصله وتفاهمه مع الآخرين.

ويعرفه الجاحظ بأنه: اللفظ، وهو الجوهر الذي يقوم به التقطيع، وبه يوجد التأليف.

ولن تكون حركات اللسان لفظاً ولا كلاماً موزوناً أو منثوراً إلا بظهور الصوت، ولا تكون الحروف كلاماً إلا بالتقطيع أو منثوراً إلا بظهور الصوت، ولا تكون الحروف كلاماً إلا بالتقطيع والتأليف.

ولقد أثبت العلماء أن لكل فرد صوته الذي يميزه، فبصمة الصوت مثلها مثل بصمة الأصابع أو بصمة العين؛ فريدة لكل إنسان، وإن بدا أنها متشابهة بين اثنين.

" ب- أهمية الصوت[٢]:

صوت الخطيب مُترجِم عن مقاصده، وكاشفٌ عن أغراضه، ومصاحبته للألفاظ إذا كان الإلقاء جيداً بمثابة بيان المعاني التي أرادها الخطيب، وهو المُعَوَّل عليه في إيصال الخطبة إلى السامعين، ومِنْ ثم إلى قلوبهم.

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٥٨).

(٢) "الصوت في الخطابة: أهميته وأثره في انتباه السامعين"، إبراهيم الحقيل ، "مجلة البيان" (٢١٣).

وقد سمّاه الأقدمون: نوراً؛ لأنه يحمل شعلة الضياء إلى الأذهان.

وكم من الخطباء الذين يُبهرون السامعين بحسن أصواتهم وجودة إلقائهم أكثر من سحر بيانهم.

ومن دلائل تأثير الصوت في النفوس: أنه قد يقرأ القرآن حافظ متقن مجوِّد؛ لكنه لا يحسن الأداء في القراءة؛ فلا يؤثر في مستمعيه، **وقد يقرأ القرآن** من ليس بمجود ولا متقن؛ فيُبكي سامعيه بجودة أدائه، وحسن صوته.

والخطبة الجيدة إذا ألقاها من لا يحسن الأداء كانت كالسيف البتّار في اليد الضعيفة.

والخطيب المصقع الذي يلقي خطبة رديئة كالبطل المغوار الذي يقاتل بسيف كالٍّ.

فإذا اجتمعت قوة السيف، وقوة اليد التي تحملها، وقوة قلب صاحبها: عملت عملها، وهكذا الخطبة إن كانت جيدة في بلاغتها ولغتها وأسلوبها، وألقاها من يحسن الإلقاء؛ عملت عملها في قلوب السامعين.

وكم من أشخاص سمعنا خطبهم، وتأثرنا بها! فلما قرأناها مكتوبة لم تكن كما سمعناها، مع أنها لم تزد حرفاً، ولم تنقص حرفاً؛ مما يدل على أن للإلقاء والصوت أثراً كبيراً على السامع.

وعندما[1] تتحدث؛ فإن كلًّا من عقلك وبدنك وصوتك يعملون جميعاً على إيصال رسالتك للمتلقي، وإذا كان القلم هو أهم أدوات الكاتب، فإن الصوت يعتبر من أهم أدوات الملقي وهو سلاحه الأساس؛ رغم أنه ليس السلاح الوحي؛ لكنه سلاح حاسم إذا ما أُحسِنَ استغلاله. فمهما توافرت عوامل الإلقاء المؤثر من إعداد ولغة بدن وعناصر الكلمة، فلا غنى عن استغلال الصوت بالشكل المطلوب لزيادة التأثير.

إننا لا نسمع أصواتنا الحقيقية؟! فالمتحدث يمتلك أذنين:

إحداهما: خارجية؛ يسمع بها صوته الخارج من فمه ويرتد إلى قمع أذنه.

والأخرى: داخلية؛ يستمع بها موجات صوته وهي ترتطم داخل جسده، وتشكَل كلاهما

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٥٨).

مزيجاً من الموجات الصوتية التي يتم إرسالها إلى الدماغ وبدوره يقوم بتصنيفها على أن هذا هو صوت المتحدث.

ومن هذا المنطلق **فإنه إذا كانت أذنك الداخلية حساسة وتنقل أمواجاً صوتية عالية إلى عقلك**؛ فإنه بدوره يعطي أوامر بأن تخفض من صوتك، ومن ثَمَّ يصعب على المتلقي سماع صوتك بالشكل المؤثر، والعكس كذلك فإذا كانت أذنك الخارجية ترصد صوتاً منخفضاً فإنها ستعطي رسائل للعقل بأن يطلب منك رفع صوتك، وقد يتضايق من حدَّته إذا كان شديد الارتفاع.

وتفيد التجارب أن غالبية الناس عندما يستمعون لأصواتهم في جهاز التسجيل يفاجؤون بها، بل ويجدونها نشازاً.

وسبب ذلك يرجع لأمر يسير؛ فأنت معتاد على أن تستمع لصوتك بمزيج من حصيلة سماع الأذنين، أذنك الداخلية وأذنك الخارجية، وحينما تستمع لصوتك في شريط التسجيل؛ فأنت تستمع له بواسطة أذنك الخارجية فقط لكونه يأتي من مصدر خارجي، ومن ثَمَّ أدى ذلك إلى صعوبة التعرف عليه من قبل عقلك الذي صنَّف صوتك بأنه ذلك المزيج الذي تصل إليه موجاته دائماً.

قد لا يكون صوتك الحالي هو المناسب ولربما أن لديك أفضل منه، وننصح المتدربين دائماً بدراسة أصواتهم ومراقبتها؛ لتحديد مستوى قوته، وصحة مخارج الحروف، ونبرة الصوت، وإيقاعه.

وذلك بأن يستمعوا لأصواتهم من جهاز التسجيل، فهو أداة فاعلة في معرفة الصوت! لأنك حين تستمع لصوتك؛ فإن غالبية تركيزك يكون على حاسة السمع، على خلاف الوضع حينما تشاهد نفسك على شريط فيديو؛ حيث يكون تركيزك مشتتاً بين السمع والبصر.

وعليه؛ فإنه من المهم دائماً أن تستمع لصوتك بمعزل عن صورتك، ومن ثمَّ يكون تركيزك منصباً على صوتك عندما ترغب في دراسة صوتك.

تكمن أهمية الصوت في الأمور الآتية:

١ - **التأثير: تفيد الدراسات أن للصوت تأثيراً كبيراً على المتلقي**؛ فقد أوضحت الدراسة التي قام بها آلبرت مهرابيان في كتابه (الرسائل الصامتة SILENT MESSAGES)،

والدراسة التي أعدتها برجريت بارجون تفيد بأن تأثير الصوت يتراوح من (١٥% إلى ٣٨%) الأمر الذي يجعله في غاية الأهمية.

دراسة	صوت	لغة البدن	الكلمات
آلبرت مهرابيان	٣٨%	٥٥ %	٧ %
برجريت بارجون	١٥%	٣٠ %	٥٥ %

٢- يقوم الصوت بإبراز المعاني المختلفة ونقل المشاعر والأفكار، بل ويغير المعنى رغم استخدام الكلمات نفسها.

٣- يبيِّن الصوت شخصية المتحدث، وحالته النفسية، ومزاجه أثناء حديثه.

٤- يشد الصوت الحضور ذوي النمط السمعي الذي يهتمون بالسماع والأصوات أكثر من الصور.

ومن المهم -قبل أن ننتقل لكيفية استغلال إمكانات الصوت - أن نمهد لذلك من خلال معرفة كيفية حدوث العملية الكلامية.

هل جمال الصوت خِلقة أم اكتساب؟(١)

للإجابة عن هذا السؤال لا بد من فهم المقصود منه؛ إذ إن الحكم على جمال شيء أو قبحه أمر نسبي يختلف باختلاف الأذواق، ثم في الذي يُسخَّر له الصوت، وكيفية تسخيره؛ وهذا بلا شك له أثره في الحكم على جمال الصوت أو قبحه.

وكثير من الخطباء قد يحكم على صوته بأنه سيئ مع أن السوء في أدائه لا في صوته، فيقعد عن تحسين أدائه بحجة أن هذا هو ما أعطاه الله -تعالى-.

والأصوات أنواع، ولكل صوت ما يناسبه من طرق الأداء والإلقاء؛ فما يحسن من الأداء في صوت قد يقبح في آخر؛ بدليل أننا نستمع إلى خطيبين يقلد أحدهما الآخر في طريقة الإلقاء، حتى يكاد أن يكون مثله لولا اختلاف نغمة الصوت، ومع ذلك يُقبل الناس على أحدهما، ويستهجنون الآخر.

(١) "الصوت في الخطابة: أهميته وأثره في انتباه السامعين"، إبراهيم الحقيل، "مجلة البيان" (٢١٣).

والسبب: أن أحدهما ناسب صوته طريقة إلقائه، بعكس الآخر.

وعلى الخطيب أن يكتشف طريقة الإلقاء المناسبة لصوته ونَفَسه؛ وذلك يكون بتجربة طرق عدة، والنظر في مدى أثرها على السامعين، مع سؤال أهل الخبرة في ذلك، وسيكتشف بعد عدة محاولات طريقة الأداء التي تناسب صوته.

" جـ- أنواع الأصوات[1] :

تنقسم الأصوات إلى أربعة أصوات:

١- صاخب.   ٢- حاد.

٣- مرتفع.   ٤- منخفض.

وكل واحد منا لا يخلو في الجملة من أي نوع من هذه الأنواع، ووجودها بحد ذاته ليس عيباً، وإنما العيب في أن تكون على وتيرة واحدة طوال فترة الإلقاء، ولذا فإن صاحب الصوت المرتفع لا شك أنه يرضي فئة معينة من الناس، ولكنه لا يرضي باقي الأنواع، وصاحب الصوت المنخفض يرضي فئة من الناس، ولكنه لا يرضي بقية الأنواع... وهكذا.

والتميز أن ينوع الملقي بين نبرات صوته انخفاضاً وارتفاعاً، وحِدةً، وغيرها من الأنواع، وأيضاً أن يكون الكلام واضحاً، وذا سرعة مناسبة في الإلقاء.

" د- نوعية الصوت[2] :

لكل منا صوته المميز، وهذا أول ما يلاحظه الناس في صوتك مثلاً: ضخم، ناعم، فيه بحة، حاد... الخ.

وهناك معياران هامان لاستعمال الصوت:

١- واضح (سهل الفهم).

٢- مرن (السرعة، القوة، الحدة).

---

(١) مذكرة تدريبية للفريق الإعلامي لشبكة "الأمجاد" الإسلامية.

(٢) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٨٢).

العملية الكلامية[١]:

الكلام: عبارة عن إخراج الهواء من الجسم ضمن العملية التنفسية.

وعليه فإن الزفير هو المادة الخام لإنتاج الكلام؛ فالمتحدث حينما يستعد للكلام فإنه يستنشق الهواء فتمتلئ رئتيه به، وإذا بدأ في النطق فإنه يبدأ بدفع الهواء للخارج حتى يفرغ من جملته، ثم يبدأ بعملية الشهيق مرة ثانية وبسرعة استعداداً لنطق الجملة التالية وهكذا.

هذا الشهيق والزفير يسمى بالدورة التنفسية.

فعملية الشهيق: هي إدخال الهواء الخارجي إلى الرئتين عبر الأنف أو الفم إلى الحلق فالحنجرة، ثم يواصل سيره إلى داخل القصبة الهوائية فالشعيبات.

أما عملية الزفير: فهي إخراج الهواء من الداخل إلى الخارج، وهنا تحدث العملية الكلامية؛ فيمر الهواء في اندفاعه إلى الخارج بأعضاء وكوابح تولد الصوت، وهي:

أولاً: الجهاز التنفسي.

ثانياً: الجهاز الصوتي.

ثالثاً: التجاويف الرنانة.

وهذه العملية الكلامية لا تضاهيها أكثر الآلات الموسيقية براعة، فلها قدرة هائلة على تمكين الإنسان بالتحدث بالعديد من اللغات المختلفة ومحاكاة العديد من الأصوات، وغناء العديد من النغمات.

- **اختيار ممر الهواء المناسب للتنفس:**

أثناء الإلقاء يستخدم بعض المتحدثين فمه للتنفس؛ وخاصة عند الشهيق متجنباً استخدام الأنف كقناة للشهيق؛ لأنه يحتاج لوقت أطول مما قد يتطلب التوقف عن الكلام، وبهذا يخشى المتحدث الانقطاع عن المتلقين.

وحيث أن قنوات الأنف تعمل على ترطيب الهواء الداخل وتنقيته، وتلطيف درجة حرارته ليصل إلى الحنجرة بدرجة حرارة مناسبة وبنقاوة عالية؛ فإنه من المهم أن تتم عملية الشهيق عن

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٦١).

طريق الأنف، لأنه عند استخدام الفم للشهيق فلا تتم عملية تنقيته وترطيبه وتلطيفه بما يتناسب ودرجة حرارة الجسم؛ حيث لا توجد مصدات ولا مصفيات.

وعليه فإن الهواء الداخل يؤثر على الشفتين الصوتيتين الموجودتين فوق الأحبال الصوتية؛ مما يجعل المتحدث يلاحظ على نفسه - ند استمرار الإلقاء- أنه بدأ يفقد ليونة الشفتين، ومن ثمَّ تورمهما فيأخذ في شدِّهما بالنحنحة وانقطاع الصوت بين حين وآخر، وفي الأخير يشعر بالإجهاد والصداع.

. التجاويف الرنانة لها دور في تكبير الصوت:

بطبيعة الحال لا تستطيع تغيير التجاويف العظمية، ولكنك تستطيع تعديل بعض التجاويف اللينة وخاصة تجويف الفم، ومن خلال إجراء تمارين للفك لتوسيعه ومراقبة إلقائك أمام مرآة وملاحظة مدى نطاق فتحة الفم.

مشاكل شائعة في استخدام الصوت:

D الرتابة:

من أهم المشكلات المتعلقة بسوء استخدام الصوت، ويقصد بها: التحدث باستمرار على مستوى واحد، أي: الحديث على وتيرة ورتم واحد.

وهذا بلا شك يؤدي إلى إملال السامع مما يسبب له الشرود الذهني، كون المتلقي سرعان ما يتآلف مع الصوت الرتيب ويعتاد عليه.

مثال: يحضر المصلون لخطبة الجمعة وهم قد أخذوا حقهم من الراحة والنوم، ومغتسلين، وفي كامل نشاطهم، وبهذا فإنهم في أحسن وضعية للإنصات، وبالرغم من أن الخطيب يستخدم مكبرات صوت عالية؛ إلا أنك تلاحظ المصلين بعد فترة قد بدأ النعاس يدب إليهم...

P والسبب يعود في أن التحدث بوتيرة واحدة كفيل يجلب الملل للحضور؛ حتى وإن كان بصوت عالٍ.

G ولذا من المهم أن يكون هناك تغير في نبرات الصوت؛ لشد الحضور للأفكار المراد طرحها.

D النغمة[١] :

قد تكون نغمة الصوت -إن شكّلت عائقاً- من المشاكل التي يصعب التغلب عليها، لكن الخطوة الأولى هي: تحديد طبيعة هذه المشكلة.

فهناك صنفان رئيسان: النغمة الوحيدة، أو النغمات المتغيرة.

والنغمة الوحيدة متعبة للمستمع كالعزف على مفتاح واحد من البيانو دون غيره.

ونتيجة لذلك؛ يصبح من الصعب التركيز على ما يقال؛ حتى وإن كانت المادة التي يقدمها المتحدث ذات قيمة عالية.

أما المتحدث الذي يتمتع بنغمات صوتية رتيبة فإنه كالصوت المغرّد الذي يرتفع وينخفض على فترات منتظمة.

ويميل جمهور المستمعين إلى التركيز على وتيرة الصوت إن تجلّت أكثر من التركيز على الكلمات التي يسمعونها.

وغالباً ما تكون هذه المشكلة نابعة عن حفظ الخطبة من ظهر قلب.

إن استخدام جهاز التسجيل الصوتي يفيد في تحديد وتيرة الصوت والتمرس على التحكم فيها.

والتأكيد اللفظي قد يكون مهمّاً -أيضاً- للإلقاء، بل غالباً ما يكون جوهريّاً في إطار توضيح المعاني التي نقصدها.

إن هذا التأكيد اللفظي يحمل في طياته نوعاً من أنواع التغير اللفظي؛ لكي يتم الفصل بين ما نريد التأكيد عليه؛ كأمر جوهري، وبين أي مادة ثانوية متعلقة به.

D سرعة إيقاع الحديث[٢] :

مَن لديه ارتباك غالباً ما تجده يتحدث بشكل سريع؛ لأنه يحاول مجارات نبضات قلبه السريعة.

ويسبب ذلك عدم وضوح بعض الحروف وعدم التمكن من استغلال إمكانات الصوت، بالإضافة إلى إرهاق المتلقين بمتابعة ما يعرضه من أفكار؛ فيقل تركيزهم لما يقول.

---

(١) "دليل التدريب القيادي"، د. هشام الطالب، (ص١٥٨).

(٢) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٦٨).

D بطء الإيقاع:

عندما تكون وتيرة التحدث بطيئة؛ فإن المتلقي سرعان ما يمل، وعندها إما أن يسابق المتحدث للأفكار التالية، أو يصيبه الشرود الذهني.

D سرعة الإلقاء[(١)]:

يستطيع الناس أن يستمعوا بسرعة تفوق السرعة التي يتحدثون بها (وهي تبلغ في المتوسط (٨٠٠) كلمة في الدقيقة، مقابل (٢٥٠) كلمة في الدقيقة للتحدث)، وإذا ما تركنا هؤلاء الناس طويلاً من دون شيء يستمعون إليه؛ فإن اهتمامهم سوف يتشتت.

وقد يكون من المطلوب مراراً أن نتحدث بأسرع مما نفعل عادة، وليس هناك معدل واحد مناسب لإلقاء الخطاب، لكن علينا أن نتحدث بأسرع ما يمكننا أن نفعل دون أن نتعلثم، أو نقرأ الفقرات بشيء من الغموض أو الإيهام.

والوضوح في هذا الصدد مهم؛ إذ يتعيّن أن تكون كل كلمة مفهومة، وكل فقرة جلية مبينة.

إن الوضوح من صلب عملية الإلقاء الجيد.

ومن الضروري أن ننطق كل كلمة بجلاء، وأن نتجنب استخدام الحشو من الكلمات التي تستخدم كلازمة، مثل: "يعني"، و"تعلمون بالطبع"، "آآه"، "آهـ"، "آم م م" أو "هـ م م".

D سرعة الصوت[(٢)]:

أغلب من تكلم عن الإلقاء -وبخاصة من المعاصرين- وجدت أنهم يميلون إلى أن تكون السرعة المناسبة في الإلقاء هي من (١٢٠ إلى ٢٠٠) كلمة في الدقيقة.

وبعد أن تأملت المسألة؛ وجدت أن السرعة تختلف بحسب موضع الإلقاء، فعلى سبيل المثال: عند التشويق كإعلان الفوز بجائزة يفضل الهدوء والبطء، وعند التعليق على حدث ما يفضل الإسراع لمواكبة الحدث... وهكذا.

---

(١) "دليل التدريب القيادي"، د. هشام الطالب، (ص١٥٨).

(٢) مذكرة تدريبية للفريق الإعلامي لشبكة "الأمجاد" الإسلامية.

D عيوب النطق[1] :

وتتمثل في عدم وضوح بعض مخارج الحروف، أو بلع بعض الحروف، أو عدم إكمال الكلمة؛ إما بسبب سرعة التحدث، أو بسبب خشية المتحدث من انتهاء الوقت.

© إن عدم توضيح مخارجَ بَعض الألفاظ.. يعطي مدلولات خاطئة لبعض معاني الكلمات.

E لاحظ كيفية نطق بعض الخطباء لصفة الصلاة على النبي ﷺ، تجده ينطقها بمدلول يوحي بأنه عند سماعها قد فقد كلمة كاملة؛ ولذا نطلب من المتدربين في دوراتنا التدريبية أن يحددوا ما هي الكلمة التي فُقِدَتْ في مشاركة أحد زملائهم؛ فتجد بعضهم يقول بأن الكلمة التي فُقِدَتْ هي: لفظ الجلالة (الله)، والبعض الآخر يقول هي: (عليه)، وآخرون يقولون بأن الكلمة التي فُقِدَتْ هي: (صلى)... وهكذا.

ولكن الذي فُقِدَ ولم يُسمَعْ هي الألف المقصورة في كلمة (صلى)؛ فينطقها بعض المتحدثين موصولة بالكلمة التي بعدها، وهي (لفظ الجلالة الله)؛ ولذا يقوم بنطقها كالآتي: (صلله عليه وسلم).

فنلاحظ بأنه عندما لم يوضح مخرج لفظ حرف واحد فقط (وهو الألف المقصورة) أدى ذلك إلى اعتقاد المتلقين بأنه لم ينطق كلمة كاملة.

D البرودة:

ونقصد بذلك: عدم استغلال الصوت في نقل المشاعر؛ مما يجعل الصوت وكأنه بمعزل عن الأفكار المقدَّمة، ولا يعكس حقيقتها.

D التنفس من الصدر:

عند التعرض للتوتر أثناء الإلقاء؛ فإن الغالبية يبدؤون في التنفس عن طريق الفم، وقد اتضح لنا من خلال الشرح المذكور -آنفاً- بأن هذه الطريقة في التنفس ترهق الأحبال الصوتية، وتفقدها ليونتها.

ومن جهة ثانية؛ لا تمكِّن المتحدث من إكمال الجمل نظراً لعدم حصوله على الكمية الكافية من

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٦٨).

الهواء.

من جهة ثالثة؛ ترهقه نتيجة لعدم الحصول على القدر الكافي من الأوكسجين.

استغلال إمكانات الصوت:

لكي تنجح في اتقان استعمال الصوت؛ فينبغي أن تولي هذا الموضوع اهتماماً خاصّاً.

وسنقدم بعض الوسائل التقنيات التي تمكِّنُك من تجنب الحديث على وتيرة واحدة، وتجعل الصوت معبر، ومنها:

١- معدل إيقاعك: (مشكلة مَن يتحدث بسرعة بالغة: أنه قد يقول ما لم يفكر فيه) كالفين كوليدج.

إن عقول المتلقين تتابع كلمات الملقي وفق إيقاع معين، وعند زيادة سرعة هذا الإيقاع عن المعدل المطلوب؛ فإن العقول لا تستطيع المتابعة، ومن ثَمَّ تشرد بفكرها إلى أمر آخر، وتترك الملقي وشأنه.

والعكس صحيح كذلك، فحينما يكون إيقاع الملقي بطيئاً؛ فإنها تستبقه إلى الأفكار، أو يذهبون بفكرهم بعيداً عنه.

والسؤال الذي يطرح نفسه: ما هو المعدل المناسب لإيقاع الحديث؟

يكاد يكون من المتفق عليه بأن المعدل المناسب لإيقاع الحديث هو ما بين (١٢٠- ١٦٠) كلمة في الدقيقة، وهذا يعد معدل متوسط لأنماط الناس؛ فلا بطء ممل، ولا سرعة مخلة.

ويأتي السؤال الذي يتكرر وهو: كيف نتعرف على معدل إيقاع حديثنا؟

لمعرفة معدل إيقاع حديثك هناك عدة طرق، منها:

أن تسجل صوتك وأنت تلقي بشكل طبيعي، ثم تستمع إليه ومعك ساعة رقمية، وتبدأ في احتساب عدد كلماتك في الدقيقة الواحدة؛ فإذا جاوزت (١٦٠) كلمة في الدقيقة؛ فهذا يعني أن لديك سرعة في الإيقاع، وعليك العمل على تخفيف هذه السرعة، أما إذا كانت أقل من (١٢٠) كلمة في الدقيقة، فهذا يعني أن لديك بطء في الإيقاع، وعليك العمل على زيادة سرعته.

والطريقة الأخرى هي: أن تقرأ مقطع يحتوي على (١٤٠) كلمة، فإذا قرأته في (٣٠) ثانية؛ فهذا يعني أن لديك سرعة في الإيقاع، وأما إذا قرأته في دقيقة ونصف؛ فهذا يعني أن لديك بطء في الإيقاع.

مما يجدر ذكره: أن حروف الجر والعطف تحسب ككلمة.

إذا كان معدل إيقاع صوتك سريعاً ؛ فكيف تعالج ذلك؟

من الأمور التي تساعد على تخفيف سرعة إيقاع صوتك هو: أن تتدرب على الوقفات المدروسة بين الجمل وتلتقط فيها أنفاسك، وهذه طريقة ناجحة لمعالجة ذوي معدلات الإيقاعات السريعة؛ فالوقفات المدروسة تفيد من أنها تخفف من سرعة الإيقاع، وكذلك تعطي فرصة للمتلقين بأن يستوعبوا ما تقول، كما أنها تشد الانتباه.

وهناك وسيلة أخرى لتخفيف سرعة إيقاع حديثك -وخاصة إذا كنت خطيباً أو محاضراً- وهي: أن تعيد العبارة المهمة أو التعليمات المطلوبة أكثر من مرة، وهذا ورد في هدي النبي ﷺ، فعن أنس رضي الله عنه: "أن النبي ﷺ كان إذا تكلم بكلمة أعادها ثلاثاً؛ حتى تُفهم عنه". رواه البخاري.

كما يمكن تخفيف سرعة التحدث من خلال فتح الفم أعرض من التحدث العادي؛ كم سيرد لاحقاً، وعليك تغيير إيقاع حديثك ضمن معدل الإيقاع المناسب لتجنب الحديث على وتيرة واحدة.

٢- مستوى الصوت:

من الأهمية بمكان: أن يتناسب مستوى صوتك مع حجم القاعة وعدد الحضور فيها، فلا يكون مرتفعاً أكثر من اللازم بما يشبه الصراخ؛ حتى لا يكون كما قال تعالى: ﴿وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِن صَوْتِكَ إِنَّ أَنكَرَ الأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ﴾[لقمان:١٩]، ولا يكون منخفضاً يصعب سماعه.

والمعيار الذي يضبط ذلك هو: أن تتخيل نفسك بأنك تتحدث إلى آخر صف في القاعة، فبهذه الطريقة تستطيع تفصيل مستوى الصوت ليتناسب مع عدد الحضور.

كما أنه من المناسب أن تسأل الحضور -بعد التحدث لفترة-: هل يمكنكم سماعي في الخلف؟ ويمكن -أيضاً-: أن تجرب الصوت قبل وصول الحضور من خلال الاستعانة بشخصين، يجلس أحدهما في الصف الأمامي، والآخر في الصف الأخير، وتبدأ بالتحدث؛ بحيث تزن مستوى الصوت ليسمعه الجالس في الصف الأخير، وفي الوقت نفسه لا يكون مرتفعاً أكثر من اللازم للجالس في الصف الأول.

٣- نوّع نبرة الصوت:

يقصد به: رفع الصوت وخفضه وفقاً لأهمية الأفكار المعروضة.

وبعبارة أخرى: أن تميز مقطعاً معيناً من مقاطع الجملة عما قبله وعما سيأتي بعده.

فإذا كان مستوى صوتك منخفضاً؛ ووصلت إلى فكرة أو مقطع مهم؛ فارفع الصوت، وبعد انتهاء المقطع تعود بالصوت إلى سابق مستواه والعكس صحيح.

وهذا يحقق هدفين:

الأول: أنك تجنب الحديث أن يكون على وتيرة واحدة؛ مما يعتبر عنصر تشويق.

الثاني: أن تمييزك لهذا المقطع قد شَدَدْتَ انتباه المتلقي لهذا المقطع المهم.

مثال في هذه الجملة: (أنا سألقي هذا المساء؟).

إذا كان السؤال عن من؟... يكون التمييز على أنا كما في المثال (١) أو إذا أردنا توجيه الانتباه إلى مَن سيلقي.

أما إذا كان السؤال عن نوعية المهمة؟... يكون التمييز على سألقي؟ كما في المثال (٢)

أما إذا كان السؤال عن متى؟... يكون التمييز على هذا المساء؟ كما في المثال (٣)

الرقم	الكلمات المميزة بالنبرة		
١	أنا	سألقي	هذا المساء
٢	أنا	سألقي	هذا المساء
٣	أنا	سألقي	هذا المساء

٤- التشديد:

يقصد به: الضغط على مخارج الحروف وكأنك تتهجى كل حرف، وهذا ينقل للمتلقي أهمية ما يتم التشديد عليه.

ففي النص المكتوب إذا أردنا شد انتباه القارئ لجملة أو فكرة معينة؛ فإننا نضع خطّاً تحت الكلمة، أو نكتبها بشكل مميز، أو يوضع عليها اللون الفسفوري.

أما في الحديث المنطوق؛ فإن التشديد يقوم بهذا الدور.

ومن خلال التشديد نستطيع إيصال ما نريد إلى العقل الباطن لدى المتلقي، ومن ثم التأثير فيه.

وبهذا يتضح لك بأن التشديد هو بمثابة وضع خط أحمر تحت الكلمات المهمة، ومن

ثَمَّ تستطيع توظيفه في التأثير في المتلقين للكلمات التي تود في ترسيخ مفاهيمها.

٥- تغيير النغمة:

يؤدي تغيير نغمة الصوت إلى تغيير المعنى؛ حتى لو تم استخدام نفس الكلمات؛ بحيث يحولها إلى صيغة استفهام أو تقرير أو تعجب... إلخ.

هناك قصة من التراث تفيد في أن وزيراً تمكن من النجاة بنفسه باستخدام تقنية تغيير النغمة في الإلقاء، ومفادها أنه وُشِيَ به عند السلطان الذي أرغمه ليفتدي بنفسه أن يقر بجريمته، ويعلن أمام الملأ بأنه لص، فوقف هذا الوزير الحصيف أمام الناس، وقال بصوت مرتفع: (أنا لص؟) على شكل عبارة استفهامية، وبهذا تخلص من هذا الموقف بذكاء!

٦- توظيف الوقفات أثناء إلقائك:

الوقف هو: سكوت الملقي عن الكلام مع نيته أن يستأنف الإلقاء.

ومعناه لغةً: هو الكف عن الكلام.

واصطلاحاً: يعني قطع الصوت عن الكلام زمناً؛ إما للتنفس أو للتغيير.

ويمكن أن يكون التوقف تاماً، أي: بنهاية الجملة، ويمكن أن يكون التوقف ناقصاً، أي: بوقفة قصيرة غير ملحوظة، ويمكن أن يكون التوقف معلقاً؛ بحيث يعطي إحساساً بالاستمرارية، ويمكن أن يكون التوقف أطول قليلاً للتنفس.

وتستخدم حالات التوقف للتنفس، وللتهيؤ للمعنى المقبل؛ وتصويره للمتلقي، ولتفادي بصمتك من خلال الوقفة المدرسة؛ قبل تقديم مقطع أو فكرة مهمة، كما أن الوقفات تعيد انتباه الحضور.

فمثلاً: حينما تكثر الأحاديث الجانبية من المتلقين أثناء إلقائك؛ فبدلاً من إسكاتهم بطريقة مباشرة جرِّب أن تصمت، ستلاحظ بأنهم سيتوقفون عن ذلك التصرف، وهو أسلوب راقي للجذب، بدلاً من تقريعهم.

الوقفات القصيرة أثناء الخطبة[(١)]:

اعتاد الناس على استيعاب التفاصيل والمعلومات الجديدة عن طريق قراءة المادة المطبوعة.

ولذلك فإنه من الأهمية بمكان: أن تتخلل وقفات قصيرة.

كما يجب -عند طرحنا نقطة مهمة على وجه الخصوص- التوقف لبرهة أطول من المعتاد عند نهاية الجملة؛ للسماح للجمهور باستيعاب هذه المعلومات.

والتوقف عند نقاط معينة جوهرية يضفي على الحديث قوة وشيئاً من العذوبة والجاذبية.

الوقفات[(٢)]:

لا بد للخطيب من مراعاة التوقف في الحديث عند مواضع مناسبة؛ ليهيئ ذهن السامع، ويحافظ على ترابط الأفكار.

تمرين: اقرأ الجملة الآتية ثم ضع (/) بعد كل كلمة تجد أنه لا بد من التوقف عندها؛ كي يصبح الكلام مفهوماً:

محمد يقول أحمد يحتاج إلى دورة في الخطابة.

اكتب الجملة مرة أخرى، ثم اقرأها بطريقة أخرى بالتوقف عند كلمات أخرى، وكرر ذلك عدة مرات؛ ستجد أنك يمكنك أن تغير المعنى بتغيير مكان الوقفة.

○ الوقفات الست:

١- بعد البدء.
٢- قبل الكلام.
٣- قبل أن تسأل.
٤- قبل البند الجديد.
٥- بعد الكلمة الأخيرة.
٦- وقبل قولك: (شكراً).

---

(١) "دليل التدريب القيادي"، د. هشام الطالب، (ص١٥٩).

(٢) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٩٠).

جدول فن الوقفات

R افعل	x لا تفعل
ü ركز على الكلمات الهامة واضغط عليها.	O لا تتوقف عن الحديث في وسط الجملة؛ فهذا يضعف من أهميتها.
ü قف قبل وبعد كل جملة هامة؛ لتشعر الجمهور بأهميتها، فالوقفات أهم -أحياناً- من الكلام.	O لا تملأ الوقفات بقول (آه... آه)؛ فهي مزعجة، ومملة، وتدل على الضعف.
ü توقف عن الحديث قليلاً بعد الانتهاء من كل جزء من الموضوع؛ لتشعرهم بالانتقال إلى موضوع جديد.	O لا تجعل وقفاتك بالطول نفسه، فالانتقال إلى موضوع رئيسي يتطلب وقفة أطول من الانتقال إلى نقطة فرعية.
ü تذكر أن الوقفات الهامة تبدو لديك أطول مما تبدو للجمهور؛ فلا تستعجل.	O لا تترد في استعمال الوقفات (السكتات)؛ فهي تدل على تحكمك في الجمهور، ولن يهاجمك أحد لاستعمالها.
ü قف عند حدوث أي إزعاج.	O لا تطل الوقفات؛ فستعكس التردد، وعدم التحضير.
ü قف عند التصفيق.	O لا تتوقف ضمن الحديث المستمر؛ إلا للتأكيد على أمر ما.
ü توقف قليلاً قبل بدأ الراحة، ثم قل لهم: (بدأت فترة الراحة لمدة...).	O لا تتوقف طويلاً ضمن الفكرة الواحدة؛ فهذا سيوحي بأنك انتقلت إلى فكرة جديدة.
ü توقف قبل وبعد كل ترقيم جديد، (والآن ننتقل إلى البند الثالث...).	O لا تنسَ أن الوقفة تبدو لك أكثر بكثير مما تبدو للجمهور؛ فلا تستعجل بها.
ü تذكر أن الوقفة للحديث هي بدل للنقطة، والفاصلة في الكتابة.	O لا تخف من الوقفات؛ فهي لن تنسيك ما قلت، بل ستساعدك على جمع شتات أفكارك.
ü الوقفة تساعدك؛ فلا تتردد في استعمالها.	
ü مع التمرين المستمر ستجد أثرها المتميز في زيادة انتباه وتفاعل الجمهور.	

٧- افتح فمك[١] :

أثناء التحدث أمام الناس: افتح فمك بأوسع مما كنت معتاداً عند حديثك الطبيعي؛ فهذا يضمن لك وضوح مخارج الحروف، وإبطاء معدل إيقاع حديثك الذي قد يميل إلى السرعة.

وبعد..

فربما يدور في ذهنك سؤال -كما دار في أذهان العديد من المتدربين- وهو: كيف أستطيع أن أتذكر استخدام تلك التقنيات؟

وفي الوقت نفسه أتذكر الأفكار والعبارات المتعلقة بالموضوع، وأوظف الاتصال البصري والتحمس... إلخ؟!

وهذا سؤال مشروع، ونقول: إنه يمكن تجنب نسيان تلك الوسائل من خلال وضع رموز في بطاقات الملاحظات أو في خريطة التقديم، كأن تضع عند مقطع مهم إشارة (سهم يتجه للأعلى) باللون الأحمر لرفع الصوت، أو رأسه للأسفل لخفض الصوت، ونقطة كبيرة: وقفة طويلة، وشدّة كبيرة للدلالة على أنه سيتم التشديد على هذه الكلمة.

وينبغي عليك توظيف هذه التقنيات؛ لتجنب الحديث على وتيرة واحدة، وشد انتباه الحضور، والتركيز على المقاطع والعبارات المهمة.

التوقف عن الحديث[٢] :

لسبب ما نجد أن أكثر الناس عزوفاً عن الخطابة أكثرهم تردداً في التوقف عن الحديث!

إنهم يرغبون في التأكد من أن جمهور المستمعين قد فهم تماماً واستوعب النقاط المختلفة التي طرحوها، فيأخذون في تكرار الحديث من جديد باستخدام عبارات مثل: "إن ما كنت أحاول أن أقوله هو...".

وبينما نجد أن عملية تكرار النقاط الأساسية بشكل موجز؛ ولاسيما باستخدام رسومات بيانية

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٧٥).

(٢) "دليل التدريب القيادي"، د. هشام الطالب، (ص١٥٩).

يمكن أن تكون مفيدة للغاية، فإن تقديم موجز مرتجل وغير منظم، مع التكرار مرات عديدة لعبارة مثل: "أخيراً أيها الاخوة والأخوات..." ، يمكن أن يفسد الخطبة الجيدة، لذلك علينا أن نلتزم تماماً بنهجنا المعدّ، وألاّ نكرر عبارة "أخيراً..." أو "ختاماً..." أكثر من مرة واحدة.

ولكي نقي أنفسنا ذلك: علينا أن نخطط بداية محددة ونهاية محددة للخطبة؛ بعبارات أو أفكار ذات وقع مؤثر جذاب.

ويرى بعض الباحثين[1] أن المناسب في الخطبة: أن يبدأ بها خافضاً صوته، ثم يعلو شيئاً شيئاً؛ لأن العلو بعد الانخفاض سهل، ووقعه على السامعين مقبول، أما الخفض بعد الارتفاع فلا يحسن وقعه.

وعلى الخطيب أن يعرف قدراته الصوتية، فلا يتحمس حماساً يرفع صوته عالياً بحيث لا يستطيع إكمال خطبته على هذا النمط؛ لأنها طويلة، وقدرته الصوتية ضعيفة؛ فيقع في حرج بالغ، ويُفسد انجذاب السامعين إليه.

تمارين تطبيقية لتفعيل الصوت[2] :

G قوة صوتك :

ما مدى قوة صوتك؟ هل هو مسموع أم منخفض؟

إذا كان منخفضاً، وتريد أن تعمل على رفعه؛ فقم بوضع راحة يديك على خديك وراحتاها لجهة الوجه (وضعيَّة التكبير للصلاة)؛ ستلاحظ بأن صوتك بعيداً.. هذا هو صوتك الذي يسمعك به الناس... لذا اعمل على رفعه؛ حتى تحس أنه بدأ يكون مسموعاً.

G سرعته :

هل إيقاع مناسب (معدل الإيقاع المناسب هو ما بين ١٢٠ - ١٦٠ كلمة في الدقيقة).

هل كان سريعاً! لم تستطع التركيز على ما يقال؟ هل كان بطيئاً! شعرت بالملل وأنت تستمع إليه؟ هل قمت بالتشديد على المقاطع المهمة؟ هل وظفت الوقفات حسب الفكرة لتكون

---

(١) "الصوت في الخطابة: أهميته وأثره في انتباه السامعين"، إبراهيم الحقيل ، "مجلة البيان" (٢١٣).

(٢) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٧٦).

معبرة؟ هل نطقك للكلمات تم بشكل صحيح؟ هل هناك وضوح في مخارج الحروف؟

G نغمته:

هل نطقك لجميع الجُمل بنغمة واحدة؟ هل غيّرت نطق الجُمل الاستفهامية عن العادية؟ هل أعطيت نغمة للأبيات الشعرية والجُمل التعبيرية؟ هل صوتك في الجملة على وتيرة واحدة؟

تمرن فعليّاً على جمهور: (زملاء عمل، أفراد عائلة، أصدقاء)، واطلب رأيهم في صوتك: قوته، نبرته، سرعته، نغمته. مدى مناسبة المفردات اللفظية المستعملة.

مارس التمرين الآتي:

(صوتك من أهم أدواتك، وعندما تتحدث فإن عقلك وجسدك وصوتك تعمل معاً لنقل الرسالة إلى المتلقي).

حاول إلقاء العبارة السابقة بعدة أساليب مستخدماً جهاز تسجيل صوت؛ وفقاً لما يلي:

أولاً: تحدَّث بأسرع ما يمكنك؛ ثم استمع ودون ملاحظاتك، وفكر بالآتي:

هل استطعت متابعة الأفكار؟ هل مخارج الحروف واضحة؟ هل متابعة الاستماع متعبة؟ ما الذي تتوقع للمستمع أن يفعله لو كان حديثك خلال ساعة على هذا النحو؟

ثانياً: تحدث ببطء شديد جدّاً؛ ثم استمع ودون ملاحظاتك، وفكر بالآتي:

هل تستطيع تحمل متابعة هذا الإيقاع البطيء؟ ما الذي تتوقع للمستمع أن يفعله لو كان حديثك خلال ساعة على هذا النحو؟ ربما يكون هذا الإيقاع خير علاج للأرق، لكنه حتماً؟ لا يصلح للاستمرار بالتحدث به.

ثالثاً: جرب أن تميز الكلمات المحبرة (المسودة) عما قبلها وعما سيرد بعدها، مستخدماً رفع الصوت عند نطقها:

(صوتك من أهم أدواتك، وعندما تتحدث فإن عقلك وجسدك تعمل معاً لنقل الرسالة إلى المتلقي)، ثم كرر ذلك، ولكن أخفض الصوت عند نطقها، ثم كرر ذلك تشدداً على حروف هذه الكلمة وكأنك تتهجى حروفها.

ما هي ملاحظاتك؟

ألا ترى أنك أعطيت قيمة كبيرة لهذه الكلمة وجذبت الانتباه إليها؟.. إنك بهذه الطريقة قد استطعت التواصل مع اللاوعي لدى المستمع وأثرت اهتمامه.

رابعاً: جرب أن تلقي الجملة الآتية وأنت حزين: (أنا سأتزوج الأسبوع القادم)، ما لم تكن مجبراً على هذا الزواج؛ وإلا لن يكون للحزن معنى، أو (نجحت في الاختبار).

-أيضاً- جرب أن تلقي الجملة الآتية، وأنت في غاية الفرح: (لم أحصل على الترقية).

استنتاج: عندما تتحدث بشكل رسمي، وبإيقاع رتيب؛ فلن تتمكن من استغلال صوتك في التأثير على المتلقي، وستصيب المستمع بالملل، ولذا ينبغي أن يعكس صوتك انفعالاتك وأنت تنطق الكلمات، فلكل حالة صوت مناسب لها.

فهناك صوت الفرح، وصوت الحزن، وصوت الخوف.. وهكذا.

نصائح[1]

R افعل	x لا تفعل
ü تدرب على تحسين درجة ونغمة صوتك فهذه أشياء قابلة للتغير. ü تدرب واطلب تقييم الأهل والأصدقاء. ü انطق كل كلمة بوضوح ولا تجعل الكلمات تتداخل. ü نوّع سرعتك حسب طبيعة الحديث: النقاط الرئيسية أو الصعبة أو الجادة ببطء، بينما التلخيص والنكات الفرعية أو المثيرة أسرع قليلاً. ü انفعل مع الحديث: اغضب/ اضحك/ اسخر.. إلخ.	O لا تنزعج إذا سمعت صوتك في المسجل واستغربت منه؛ فذلك أمر طبيعي لكل الناس. O لا تتردد في الذهاب إلى مركز تقويم النطق إذا كانت لديك عيوب. O لا تقلّد الخطباء أو المذيعين، بل حافظ على نمطك الخاص. O لا تسرع في الحديث؛ فذلك أدعى إلى سوء الصوت (إلا إذا كنت متمكناً). O لا تتكلم بنبرة واحدة. O لا تتكلم وكأنك تقرأ أو تذيع نشرة أخبار،

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٨٥).

وليكن ذلك واضحاً في نبرات صوتك. ü تأكد من ارتفاع الصوت بحيث يسمعه الشخص الأخير في القاعة. ü تأكد من عدم وجود أصوات تشوش عليك (أصوات إعداد الطعام، أو الأطفال، أو تشويش في الميكروفون، أو صوت جهاز العرض)؛ وعالج الأمر قبل أن تستمر. ü استخدم طبقة الصوت المريحة لك، والمناسبة لأدائك.	بل كن طبيعيّاً. O لا تكرر أي كلمة كثيراً؛ فهذا مزعج (مثل استعمال: في الحقيقة يعني...)، وهي تسمّى: (اللازمة The TIC)، سجل صوتك وتأكد من عدم وجودها.

التحكم في الصوت[1]:

E يمكنك التحكم في صوتك، وتغيير طبقاته بالتدريب.

E هناك مراكز لتقويم النطق، وتعديل الصوت.

E التدريب الخاطئ قد يؤدي إلى نتائج سلبية.

" هـ- أخطاء الصوت:

¥ **بلع الحروف**: وهذا يحدث أحياناً مع السرعة فلا تظهر بعض الحروف بوضوح.

¥ **تبديل الحروف**: (تسكير بدل تكسير) وتحدث كذلك بسبب السرعة وعدم التركيز.

تمرين: اقرأ مقالاً مكتوباً بصوت واضحٍ وسجله في جهاز التسجيل، ثم احسب الكلمات التي قرأتها في الدقيقة. (المعدل الطبيعي ١٥٠ كلمة في الدقيقة). وأعد التسجيل حتى تصل إلى هذا المعدل.

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٨٥).

ثالثاً: لغة البدن[1]:

"**الإشارة واللفظ شريكان**، ونعم العون هي له، ونعم الترجمان هي عنه، وما أكثر ما تنوب عن اللفظ، وما تغني عن الخط". الجاحظ.

جميع البشر في هذا العالم ومن مختلف المجتمعات والثقافات والأعمار يتحدثون ويستخدمون لغة البدن، فهي تمكنهم من التواصل مع الآخرين، وكذلك التواصل مع أنفسهم.

إنك عندما تستخدم لغة بدنك؛ فإن جسدك يساعد عقلك على نحت الألفاظ، وهذا بدوره يساعدك في توضيح ما تريد قوله، كما أنه يساعد الآخرين على التفكير فيما تقوله، ويسهل تذكره.

دع جسمك يتحدث...

بالرجوع للدراسة التي قام بها البروفسر آلبرت مهرابيان في كتابه « SILENT MESSAGES» الذي تناول فيه دراسة العلاقة بين الكلمات ومحتواها، والصوت ونبراته والبدن ولغته؛ نجد أن المتلقي للرسالة يركز في حكمه على كل هذه العناصر الثلاثة مجتمعة؛ حيث تفيد الدراسة بأننا نتلقى معلوماتنا من العالم الخارجي -بواسطة حواسنا- بالنسب الآتية: (٧%) ألفاظاً، و(٣٨%) أصواتاً، و(٥٥%) بصريّاً.

وبقراءة أخرى لهذه الدراسة؛ فإنك تؤثر في الآخرين عند إلقائك بنسبة (٧%) بالكلمة المنطوقة، و(٣٨%) بالصوت وتغيير نبرته، و(٥٥%) من التأثير يكون بلغة البدن التي منها: اليدان، والإيماءات، وتعبيرات الوجه، والتوقف أثناء التحدث، وتحركات الجسم، والمسح البصري.

فالجسد والصوت يعبران عما يصوره خيالك، وعن حقيقة مشاعرك، وقد تستطيع تزييف الكلمات، لكن من الصعب تزييف لغة البدن والصوت.

فإذا كانت كلماتك عبارة عن وعاء لنقل أفكارك للآخرين؛ فإن لغة البدن هي أكبر وسيلة جسمانية تمتلكها للتأثير فيهم، ولكن إذا لم تستخدمها أو استخدمتها بشكل خاطئ؛ فإن تأثيرها سيكون سلبيّاً.

لكل منّا أسلوبه الخاص في استخدام لغة البدن، ولكن بسبب انشغالنا بما سنقول وتوتّرنا فإن ذلك يؤدي إلى تجميدها بالرغم من أنها من أهم الأدوات المؤثرة؛ إلا أن اهتمامنا بها قليل جدّاً...

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٧٩).

والناس -غالباً- ما يتأثرون بما تفعله أكثر مما تقوله؛ فحينما تروي طرفة للحضور وأنت مقطب الحاجبين؛ فلا يمكن أن يبتسموا.. فعبارات الفرح أو الحزن أو السعادة أو الغضب تظل ناقصة المعنى والتأثير ما لم يصاحبها تعبيرات وجه مناسبة لها.

ولأهمية لغة البدن؛ فإننا سنلقي الضوء عليها وسنتحدث عن كيفية استثمارها وكيفية تطبيقها بتلقائية:

أهمية لغة البدن:

عن سعيد بن المسيب عن جبير بن مطعم قال: لما قسَّم رسول الله ﷺ القُرْبى من خيبر بين بني هاشم وبني المطلب؛ جئت أنا وعثمان بن عفان، فقلت: يا رسول الله! هؤلاء بنو هاشم لا يُنْكَرَ فَضْلهُم لمكانِك الذي وصفك الله ﷻ به منهم، أرأيت إخواننا من بني المطلب أعطيتهم وتركتنا! وإنما نحن وهم منك بمنزلة واحدة؟!

قال: «**إنهم لم يفارقوني في جاهلية ولا إسلام، وإنما هم بنو هاشم وبنو المطلب شيء واحد**»، قال: **ثم شبك بين أصابعه.** رواه النسائي.

ورُوي أن أبي بردة عن أبيه أبي موسى عن النبي ﷺ قال: «**المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً**»، **ثم شبك بين أصابعه.** رواه البخاري ومسلم.

وورد في الحديث أن سهلاً قال: إن النبي ﷺ قال: «**أنا وكافل اليتيم كهاتين في الجنة**»، **وقرن بين إصبعيه الوسطى والتي تلي الإبهام.** رواه أبو داود.

ما ورد أعلاه من استدلالات تفيد في أن أكثر طريقة فاعلة لتحقيق التأثير في المتلقين هي: أن تستعين بجسمك أثناء حديثك، والحضور عادةً يصدّقون ما يشاهدونه من حركات يديك وتعبيرات وجهك أكثر مما تقوله بكلماتك.

وهذه الاستدلالات تؤكد لنا أهمية لغة البدن؛ والتي تكمن في الآتي:

أ- أنها إذا ما استُخْدِمَت بفاعلية؛ فإنه تؤدي إلى زيادة التأثير في المستمع؛ حيث تستغل حاسّة البصر لديه بجانب حاسّة السمع، من ثَمَّ يتلقّى الرسالة بواسطة حاستين بدلاً من حاسة واحدة، والتأثير على المتلقّي بالوصول إلى عقله عن طريق حاسّتين (السمع والبصر) أكثر فاعلية من الوصول إلى عقله عن طريق حاسّة واحدة وهي السمع فقط.

ب- يؤدي استخدام لغة البدن بشكل صحيح إلى إزالة الملل عن الملقين، فالناس تمل مشاهدة الأجسام الساكنة وتنجذب إلى الأجسام المتحركة.

جـ- يساعد استخدام لغة البدن على تخفيف حدّة التوتّر والارتباك.

فالارتباك أساساً عبارة عن طاقة إضافية نتيجة لإفراز هرمون الأدرينالين في الدم؛ والذي يؤدي بدوره إلى تسارع دقات القلب، والنفس، وشد العضلات، وما لم تبدّد هذه الطاقة الزائدة بحركات مدروسة؛ فإن الجسم سيعمل أي تصرّف للتخفيف من هذه الطاقة الإضافية.

وقد تكون هذه الحركات السلبية على شكل تمرجح، أو العبث بالغترة، أو بالذقن، أو بحك الأنف، أو العبث بالأوراق أو الأشياء التي يمسك بها المتحدّث.

وبهذا يتّضح أنه متى ما استخدمت الإيماءات، والإشارات، وحركات الأيدي، وتعبيرات الوجه بشكل صحيح؛ فإنها تساعد على تسخير الطاقة الناتجة من التوتّر، وتحويلها للعمل معك بدلاً من العمل ضدك.

د- تعمل لغة البدن على تصوير الأفكار ورسمها كصور حيَّة.

هـ- تساعد على نقل الأحاسيس والأفكار والمشاعر بشكل أكثر فاعلية.

و- تعمل كوسائل إيضاح مرئية.

ز - تحفز على المشاركة وتساعد في تحديد الاستجابة المطلوبة.

كيفية التدرب على اتقان لغة البدن:

بعض الإرشادات العامة التي تساعدك على تفعيل لغة البدن لديك:

١- الإعداد: من المفيد جدّاً التدرب على تجنب شد أعضاء الجسم أثناء الإلقاء؛ لكي تكون الأعضاء مرتاحة لتؤدي دورها بشكل فاعل فيما أنت تتحدث بسلاسة.

هناك عدد من المتحدثين عندما يقفون أمام الجمهور؛ فإنهم يكونوا مشدودي الأعصاب؛ فتتيبس حركات البدن، فلا تظهر حركات الأيدي وتعبيرات الوجه والإيماءات...

والمحصلة النهائية هي: تدني التأثير بسبب تعطّل لغة البدن.

فالتدرب على إطلاق العنان للبدن، والتحرك بسلاسة وبتوافق مع ما تقول تسهل العملية؛ حينما يأتي الإلقاء الفعلي.

٢- التعرف على مصادر قوة لغة البدن: يعتمد البعض على عاداته الإلقائية السلبية، مكتفياً بما يقوم به من بعض الحركات فقط دون أن يحاول استثمار ما لديه من قدرات ومواهب لم يستعملها لكي يوظفها في إلقاء كلماته.

فقلما نصوّر أنفسنا بالفيديو قبل إلقائنا الفعلي، أو تمرنا على الإلقاء أمام مرآة، ولو قمنا بذلك مرة واحدة لاكتشفنا بأن هناك ممارسات لا تليق بدورنا كملقين، كما أننا سنكتشف بأن هناك قدرات معطّلة.

٣- التزامن والتوافق: الأصل أن هناك تزامن وتوافق بين الكلمات المنطوقة، وبين تعابير البدن، وتقول عالمة الإدراك إليزابيث باتس من جامعة كاليفورنيا في سان دييجو: أن العديد من الدراسات التصويرية للعقل البشري أظهرت وجود تراكب أو تطابق بين مراكز اللغة والحركة، ومراكز التحكم البدني وباقي مناطق المخ.

لكن -وكحالات استثنائية- نجد أن بعض الناس يستخدم لغة البدن بشكل غير متوافق مع ما يقول؛ إما أن الحركة تسبق ما يقول، أو أنها لا تتوافق مع الطرح.

والسبب الرئيس في عدم التوافق يرجع إلى:

Á **إما للخوف والارتباك**؛ الذي يمنع استخدام الاشارات وتعابير الوجه، أو يدفع المتحدث إلى القيام بنصف الحركة فقط.

Á **وإما إلى عدم التحمس للموضوع**، ومن ثم لا توجد لديه مشاعر حقيقة لهذا الموضوع.

Á **وسبب ثالث** يتمثل في السلبية في العرض، فعندما يكون المتحدث محبط ويعرض أفكاره بشكل كئيب؛ فإنه يفقد حيويته وحضوره وحماسته مما يُخل بالعلاقة بين مراكز اللغة والحركة في مخه.

٤- إجعل حركاتك سلسة وتلقائية: عندما تكون متأثراً بمشاعرك الحقيقية، ومتخذاً لموقف إيجابي؛ فإن البدن يستجيب لما تشعر به، فالعقل والبدن جزءان من نظام واحد، ومن ثم تصبح لغة البدن لديك مطابقة تماماً لمحتوى الأفكار المنقولة للمتلقي.

ولكي تتم بالشكل المطلوب؛ فلا بد للحركة أن تمر بثلاث خطوات، وهي:

أ- التأهب: حيث يبدأ الجسد بالاستعداد والعقل في إطلاق الأوامر للعضو بالتحرك.

ب- الإصدار: أي: إصدار الحركة نفسها ووضوح رؤيتها من قبل المتلقين.

جـ- العودة: حيث يرجع العضو المتحرك إلى وضعه الطبيعي وتوازنه السابق.

ويجب أن تتم هذه الخطوات متواكبة مع الكلمة المنطوقة؛ لا قبلها ولا بعدها، فعنصر التوقيت هنا مهم جدّاً.

كان أحد المتدربين متميزاً في توظيف لغة البدن، ولكنه كان يخفق في الخطوة الثالثة من خطوات لغة البدن؛ فهو يتأهب ويصدر الحركة (عندما يقوم بالعد -مثلاً-)، ولكنه يُبْقِي أصابعه معلَّقة وهو قد تجاوز الجملة التي كان فيها خبر العد، أي أنه لم يقم بالخطوة الثالثة؛ وهي العودة، أي عودة الأصابع لراحة اليد، وعودة اليد لوضعها الطبيعي... وهذا يشغل جزء من ذهن المتلقين بهذه الإشارة المعلَّقة.

أنواع لغة البدن:

á ١- **الوقوف أثناء التحدث: يمكن لوضعية الجسد أن تساعد في تأثيرك على المتلقين أو العكس،** فطريقة وقوفك تخبر الحضور بمدى ثقتك بنفسك، كما أنها تساعد على التنفّس بشكل جيد؛ فتظهر إمكانات صوتك وفعاليته.

وعليه فإنه لا بد من الوقوف بشكل صحيح قبل البدء؛ بحيث تقف بشكل يكون واضحاً لهم، واجعل اتجاه قدميك للأمام، ومبعداً إحداهما عن الأخرى بمقدار عرض كتفيك، وأن تكون واقفاً قريباً من المنبر، وغير ملتصق به، ولا مبتعداً عنه.

N **وتجنب ما يفعله بعض المتحدثين عندما يتجه إلى المنبر؛** حيث يبدأ التحدث فور وصوله، وقبل أن يتخذ وضعية الوقوف الصحيح.

إن وضعية وقوفك تؤثر على أدائك؛ فعندما تقف وتكون إحدى قدميك متأخرة عن الأخرى؛ فإنه بعد مضي وقت قليل على تحدثك يبدأ الجسم في مجاراة وضعية القدمين، ومن ثم يكون وقوفك مائلاً، أي أن جسدك مقبل على ناحية من الجمهور، ومعرض عن الناحية الأخرى؛ وبهذا فإنك تحقق الاتصال البصري مع تلك الناحية فيما تغفل الناحية الأخرى؛ فضلاً عن أن طريقة الوقوف السيئة تؤلم الظهر وتتعب المتحدث.

ويجب أن تنتبه لمكان وقوفك؛ خاصة إذا كان هناك وسائل عرض مرئية؛ فيجب الحذر من الوقوف في موقع يحجب جزء من الشاشة، أو أن يكون جزء من جسمك حائلاً بين ضوء جهاز العرض -مثلاً- وبين الشاشة؛ فيظهر ظل كتفك عليها.

وإذا كنت ستستخدم لاقطاً صوتياً؛ فعليك أن تتأكد من وضعية وقوفك؛ بحيث يكون

وقوفك قريباً منه، ولا تحتاج إلى التحرك إليه.

أنواع الحركات على المنصّة[(١)]:

- **الأسد في قفصه:** يتحرك المحاضر ذهاباً وإياباً شاغلاً الناس بحركته، وإذا وصل إلى أحد الأطراف استدار بحركة سريعة يتابعها الناس وينشغلون بها.
- **النعامة التي تدفن رأسها في أوراقها وتظل تقرأ،** ولا تنظر إلى الجمهور الذي يمل الاستماع فينشغل بأمور أخرى.
- **البهلوان الذي يرمي بالكرات إلى الهواء، ويلتقفها بمهارة،** فهو الخطيب كثير اللعب بالأقلام والأوراق والطباشير وغيرها، وهو لا يعرف ماذا يفعل بيديه؛ فيشغلهما بأي شيء، ويشغل الجمهور معه.
- **الطائر المرفرف؛** فهو دائم الحركة بيديه؛ دون أن يكون لهما ارتباط بكلامه، فهو يبدو متوتراً، ويوتر الناس معه.
- قاطع اللحم؛ **فلديه حركة واحدة ثابتة؛** كقاطع اللحم -مثلاً-، وأي حركة ثابتة تصبح مملة للجمهور.
- **المائل الذي يقف مكانه؛** ولكنه مستند على رجل واحدة وجسده مائل؛ وهو يتحدث.
- الملفوف **الذي يقف مكانه،** وأحد رجليه ملتفة حول الأخرى، والناس مستغربة من وقفته.
- **الكنغر فهو يقف في مكانه؛** بأن يقف على أطراف أصابعه وينزل، أو يقفز من مكان لآخر؛ وهو يظن أن هذا إظهار للنشاط، بينما الناس تتهامس مستهزءة لحركاته.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٩٦).

الوقوف والمشي[(١)]

R افعل	x لا تفعل
ü لتجنب الميل للأمام أو الخلف، قف وإحدى قدميك متقدمة عن الأخرى نصف خطوة. ü الوقوف أفضل من الجلوس، ويرفع درجة الفهم. ü والمشي أفضل من الوقوف في مكان واحد. ü المشي البطيء هو الفعّال، وليس السريع. ü إذا وقفت فقف على الرجلين، ولا تميل على رجل واحدة. ü قف مستقيماً. ü ارفع رأسك. ü تحرك بهدوء نحو هدف. ü البس حذاءً مريحاً؛ فسيساعدك على المشي، وتخفيف آلام الظهر. ü تأكد من أن الجميع يراك بوضوح. ü تكلم من فوق مسرح أو منبر إذا كان العدد كبيراً. ü في اللقاءات الرسمية لا مانع من الجلوس، أو الحديث خلف منصة.	O لا تعطي ظهرك للجمهور؛ حتى أثناء المشي، أو أثناء استعراض ما في الشاشة. O لا تقف على طرف المسرح (لقد رأيت من وقع!). O لا تحرك رجليك أو كتفيك وأنت واقف مكانك. O لا تقف في الحديث الديني البحت. O لا تجلس على طرف الطاولة، وتهز رجليك. O لا تهز رجليك وأنت جالس. O لا تقف بين الجمهور، وظهرك للذين في المقدمة. O لا تجلس وأنت تستعمل وسائل الإيضاح؛ فالوقوف أفضل. O لا تقف أمام الشاشة، أو أمام نور جهاز العرض. O لا تقف خلف منصة إذا استطعت، بل تحرك وتمشّ (إن كان الوضع يسمح). O لا تتحرك كالرجل الآلي، ولا تكن جامداً.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٠٠).

á ٢- **اليدان**[(١)]:

تعدّ اليدان من أبرز معالم لغة البدن تأثيراً؛ لأنها تتيح لك تشكيل ورسم صور غير محدودة، كما أنها أسرع أجزاء البدن انشغالاً وعبثاً بما حولها أو بعضها إذا لم نحسن استخدامهما، وكثيراً ما يتساءل المتحدثون عن كيفية استخدام الأيدي بشكل صحيح.

إن اليدين تتحركان بتلقائية إذا تجنّبْتَ إشغالهما (مثل: العبث بالغترة أو الأقلام، أو إمساك المنبر، أو وضعهما في الجيب)؛ ولذا لا بد من إشغالهما بالحركة المتوافقة مع الكلمة.

لأن لدينا مبدأ في الإلقاء يقول بأن (اليدين إذ لم تشغلهما أشغلتك)، فأثناء الإلقاء يحتار بعض المتحدثين أين يضع يديه؟ منهم مَن يتكتّف، ومنهم مَن يتخصّر، ومنهم مَن يتكئ بهما على المنبر، ومنهم مَن يعبث باللاقط، أو يمسك به طيلة الوقت.. وهكذا.

ولكي نؤكد لك بأنك تمتلك مهارة حركة اليدين بالفطرة: لاحظ حينما تصف لأحد ما الطريق إلى منزلك وأنت تحدّثه بالهاتف؛ فتجد أن يديك تتحرّك مع الوصف يمين... يسار... وارتفاعاً وانخفاضاً... وهكذا...

إذاً اليدان مرتبطتان مع العقل، ولكن حينما تقف أمام الآخرين تقوم بفصلها وتعطيلها.

واليدان تستخدم للتأكيد أو للنفي أو لوصف الأشكال أو للمقاسات أو للأبعاد أو لعدّ الأرقام أو للإشارة للاتجاهات أو لوصف مقارنة... ولذا فهي من أكثر الأعضاء تأثيراً، كما أنها من أول الأعضاء تعطلاً إذا قمت بقراءة موضوعك طيلة الوقت من ورق.

وهاتان اليدان التي تزن بضع كيلو غرامات تصبحان أخف من الريشة حينما تتحدث، فتراهما تطيران هنا تارة، وهناك تارةً أخرى، ولا تستطيع التحكم بهما إذا لم تكن متدرباً على استثمارهما.

ولذا فإن أفضل طريقة لاستغلال حركة اليدين هي: أن تتركهما تتحركان بحرية بعد أن تذهب اللحظات الأولى؛ حيث ستلاحظ بأنهما تتحركان بتلقائية.

أهم ما في الموضوع هو: أن تنساهما أو تشغلهما بحركات لا إرادية.

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٨٧).

أحد المتحدثين كان يشكك في قدرته على استخدام حركة اليدين، ويعتقد بأنها متوافرة لدى البعض، وأنها بالفطرة ولا يمكن اكتسابها، وينعت نفسه بأنه لا يملك هذه المهارة، الغريب في الأمر أنه كان طيلة سرده لحالته وشكواه هذه كانت يداه تتحركان وتصفان ما يقول، ولم يصدق ذلك إلا حينما أثرنا انتباه المجاورين له بملاحظة حركة يديه.

يستخدم بعض المتحدثين يديه بشكل غير مناسب:

E **فهناك مَن يحيط بذراعية على صدره (يتكتف)**، وهذا الوضع الدفاعي غير مؤثر من ناحيتين:

الأولى: في كونه يعطي انطباعاً للمتلقين بأن المتحدث متحفظ على ما يقول، ولديه معلومات أكثر، ولا يريد إعطائها لهم.

والناحية الثانية هي: تعطيل الإشارات بهما.

E **وهناك مَن يقبض ذراعية خلف ظهره**، وهذه وضعية المراقب؛ لأنه عادة ما يمارسها مدير المدرسة، أو رجال الشرطة.

E **وهناك مَن يشبِّك كفيه على شكل هرمي (البرجية)**، وهذه تعطي للمتلقين إيحاءً بالتعالى والزهو.

E **وهناك مَن يشبك أصابع يديه مع بعضهما بعضاً (الشبكية)**، ومدلولها ليس ببعيد عن السابقة.

يحذر المختصون في فن الإلقاء من الإشارة بالإصبع طيلة الوقت؛ حيث إن الناس غالباً ما يربطون بين هذه الإشارة وبين الأسلوب التسلطي، مثل: تقريع الآباء لأطفالهم، وتهديد المدرسين لتلاميذهم.

ويحجم معظم الناس عن التفاعل عند رؤية الإصبع تلوح في وجهه مفسراً إياها بالتهديد على أن الإشارة بالإصبع لها تأثيرها في غير هذا الموضع حيث ورد عن حبيبنا ونبينا محمد ﷺ أنه كان يشير في خطبته بإصبعه السبابة عند ذكر الله ودعائه.

يلاحظ على عدد من المتدربين بأن أيديهم تشكل عبئاً كبيراً عليهم! فعندما يضعها بجانبه يشعر بثقلها فيدخل إحدى يديه في جيبه، ومع ذلك لا يزال يشعر بالعبء نفسه وهكذا دواليك، فتشغله وتزيد من ارتباكه، كما أن وضعها بجانبه يجعل استخدامها وتحريكها أمراً صعباً، فضلاً على

أنها لن تكون مواكبةً للأفكار المنطوقة. لأنها ستكون بعيدة مما يجعل استخدامها يأخذ وقتاً أطول، والأفضل عند عدم استخدامها أن يوضع وجه راحة إحدى اليدين على راحة اليد الأخرى (قبضة الواثق من نفسه) فيسهل استخدام الحركة والإشارة، وفي الوقت نفسه لا تعطي المتحدث شعوراً بأن يديه تشكل عبئاً عليه، كما أنها تعطي انطباعاً للحضور بأن لغة البدن موظَّفة.

N حركة اليدين[1] :

١ - أحسن الإشارة باليد، واجعلها منسجمة ومتناغمة مع إلقائك، واعلم أنها شديدة التأثير؛ فاحذر المبالغة فيها!

٢ - ابتعد عن حك الأنف، وحك الرأس أثناء الإلقاء.

٣- لا تشر بأصبعك إلى الجمهور.

٤ - لا تضع يديك على الخصرين.

٥ - لا تضع اليد في الجيب أثناء الإلقاء أبداً.

٦ - كن طبيعيّاً، واترك ليديك العنان، ولا تجعلها مكبلتين أثناء الإلقاء.

B والحق يقال: إن لغة البدن من أقوى الأسرار في تميز بعض الملقين على بعضهم، فهي تأتي بالتدرب والممارسة والمران، وأيضاً في متابعة حال الملقين الناجحين.

I حركة اليدين[2]

R افعل	x لا تفعل
ü حرك يديك بما يتناسق مع الكلام.	O لا تلعب بالأشياء أو الأقلام أو النقود.
ü أو أمسك شيئاً بأحدهما.	O لا تضع اليد في الجيب (إلا لفترة قصيرة).
ü أو أمسك يداً بأخرى مع ارتفاعهما.	O لا تقضم الأظافر.
ü أو اتركهما بجانبيك.	O لا تلعب بالساعة أو الخاتم.
ü إذا أمسكت قلماً؛ فلا تلعب به.	O لا تلعب بالشعر.

(١) دورة (فن الإلقاء)، مذكرة تدريبية للفريق الإعلامي لشبكة "الأمجاد" الإسلامية.

(٢) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٠١).

ü حرّك يديك من الكتفين؛ وليس الكوعين (وإلا ظهرت جامداً). ü حرك يديك بحركات طبيعية. ü عبّر عن الكلام باستعمال حركات اليدين. ü عبّر عن حجم الأشياء بهما. ü عبّر عن الارتفاع بهما. ü استعمل الأصابع؛ وليس اليدين فقط. ü استعمل الحركات المشهورة؛ كحركات: (الوداع، الدعاء، الاتهام،... إلخ). ü عند الرجفة أمسك بشيء لفترة وجيزة. ü عند الخوف لا مانع من وضعهما خلفك. ü إذا استعملت قلماً أو طبشوراً أثناء المحاضرة فلا تستمر في حملها بعد الكتابة، بل ضعها جانباً. ü تأكد من عدم سبق الحركة للكلام أو تأخرها عنه.	O لا تنشغل بالبطاقات وترتيبها باستمرار. O لا تمسك الورق أثناء الحديث. O لا تحك الجسد. O لا تمسك المنصة أو ظهر الكرسي. O لا تمسك يداً بأخرى وتضعهما أسفل السرة. O لا تمسك يداً بأخرى خلف الجسد. O لا تطوِ يديك أمام صدرك. O لا تحركهما بحركات مفاجئة. O لا تتكلف الحركات، بل دعها تخرج بشكل طبيعي. O لا تفكر في يديك، وفكّر في موضوعك. O لا تضع يديك على الخصرين؛ فهذا يدل على الغرور أو التحدي. O لا تشر بإصبعك إلى الجمهور؛ فهذا يعني الاتهام، ولا مانع من الإشارة إلى الأعلى أو لغير الجمهور. O لا تفرقع أصابعك. O لا تمسك أعلى الذراع بيدك الأخرى؛ فستبدو وكأنك مجروح.

O نصائح للحركة..

D لتكن حركتك انعكاساً طبيعياً لأفعالك.

D لتكن الحركة متناسقة مع الكلام.

D لتكن حركتك مقنعة وفعّالة.

D وقت الحركة بحيث تكون منسجمة وغير ميكانيكية.

D ابتسم كلما كان الوضع مناسباً للابتسامة.

معاني الحركات:

Ã الإشارة بالإصبع: لا تشر بأصبعك إلى الجمهور فهي توحي بالاتهام، ولا مانع من الإشارة إلى أعلى أو في اتجاه آخر فهي تؤكد الكلام أو تجذب الانتباه إلى الفكرة المطروحة.

Ã الكفان إلى الأسفل (أو أحدهما) تعني: الضغط أو التأكيد.

Ã الكف بحركة جانبية تعني: الإلغاء (مثل: لن نتكلم عن هذا الأمر، أو انتهينا من هذا الأمر

Ã الكفان إلى أعلى (أو أحدهما) تعني: الوقوف أو الرفع، ويمكن استعمالها كذلك للإشارة إلى أمر هام سامي.

Ã حركة القطع باليد (مثل: حركة تكسير اللحم بيد واحدة) تعني: نهاية أمر وبداية أمر جديد، كما يمكن استعمالها لتأكيد أمر ما.

Ã حركة قف باليد (مثل: شرطي المرور): تستعمل لتهدئة الجمهور أو لانتقال من نقطة فكاهية إلى نقطة جادة، كما تستعمل لطرح نقطة جديدة بعد الانتهاء مما سبقها.

Ã القبضة المرفوعة تعني: الغضب أو القتال (انتبه عند استعمالها).

Ã الكفان مرفوعان مع النظر إلى السماء: الإيمان، والدعاء، واللّجوء إلى الله ﷻ.

p **مزايا الحركة:**

2 تعكس مشاعرك وانفعالاتك.

2 تشد الانتباه.

2 تساعد على الفهم.

2 لا تتطلب جهداً كبيراً لتتعلمها.

2 يبدأ أثرها منذ دخولك المكان، وقبل ذهابك للمنصة.

á ٣- **الإيماءات**[(١)] :

وهي نوع من الحركات الجسدية المحدودة التي تقوم بتعزيز الرسالة المنطوقة ودعمها، كما أنها توضح الأحاسيس والعواطف.

ويمكن أن تكون بالرأس، أو بالأكتاف، أو رفع الحاجب، أو الإشارة بالعين.

وهي تعين على نقل أمور ومعاني يسترها الناس من بعض، ويخفونها من الجليس وغير الجليس.

وهناك إيماءات متفق عليها عالمياً؛ فتجد لها المدلول نفسه في مختلف المجتمعات، فالبشر حينما يكونوا مسرورين فإنهم يتبسمون، بينما تجدهم مقطِّبين أو عابسين حينما يكونوا محزونين، وهزَّ الرأس بخفضه ثم رفعه، تعني: الموافقة، وهز الرأس أفقياً يميناً ويساراً، تعني: الرفض.

وقد تكون هذه الإيماءات مكتسبة منذ الطفولة، حيث تجد الطفل يدير رأسه يميناً وشمالاً تعبيراً عن اكتفائه من الرضاعة.

يقول الشاعر:

أشارت بطرف العين خيفة أهلها ... إشارة مذعور ولم تتكلم

فأيقنت أن الطرف قد قال مرحباً ... وأهلاً وسهلاً بالحبيب المتيم

وقال الآخر:

والعين تبدي الذي في نفس صاحبها ... من المحبة أو بغض إذا كانا

والعين تنطق والأفواه صامتة حتى ... ترى من ضمير القلب تبيانا

ومن الأهمية بمكان أن تتعرف على الإيماءات التي لا تتوافق مع المجتمع الذي تلقى أمامه، فهناك إيماءات تعني شيئاً آخر غير المتفق عليه في مجتمع آخر.

á ٤- **تعبيرات الوجه :**

توضح تعبيرات الوجه ما يشعر به المتحدث لحظة إلقائه، فإن كنت مسروراً ومغتبطاً أثناء الإلقاء؛ فإن وجهك سيبدو بشوشاً، وأما إن كنت قلقاً ومرتبكاً من الإلقاء؛ فإن من البديهي أن يبدو وجهك عابساً وكئيباً..

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٩٠).

إن الحضور يراقب وجهك أثناء إلقائك باحثاً عن مفتاح لشخصيتك، وراغباً في معرفة موقفك تجاه ما تقول، ومدى تحمسك لأفكارك؛ هذا من جانب.

ومن جانب آخر: يميل الحضور إلى عكس تعبيرات وجه المتحدث، فإذا ابتسم الحضور يبادله بالابتسامة والترحاب، أما إذا عبس وقطَّب -حتى لو لم يقصد ذلك-؛ فإنهم سينفرون منه، مما يعطي رسالة للمتحدث بأن الجمهور غير راضٍ عنه، وقد يؤدي هذا إلى أثر عكسي على أداء المتحدث؛ مما يزيد من ارتباكه.

إن تعبيرات الوجه تغيِّر معنى الكلمات المنطوقة تماماً، فلو أن صاحبك قال لك وهو يبتسم: (أنت أحمق!)؛ فلن تعتبر ذلك إهانة أو تحقيراً، ولكنه لو قالها وهو مقطب الحاجبين وعابس الوجه؛ فإن تفسيرك لها سيكون مغايراً للحالة الأولى.

إن الوجه مقياس ومؤشر لما بداخلك (وهو بمثابة بارومتر)، فالحضور يريد منك أن تكون واثقاً وودوداً، وهو على كل حال سيجد هذه المؤشرات في وجهك.

فكم مرة بادرت زميلك أو قريبك عن حاله من خلال قراءة معالم وجهه؛ حتى دون أن يتحدث، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿وَأَوْجَسَ مِنْهُمْ خِيفَةً﴾[هود:٧٠]؛ فقد عرفوا أنه خائف من خلال تعبيرات وجهه؛ رغم عدم تحدثه!

إن أول خطوة لتحقيق هذه المتطلبات في تعبيرات وجهك هو: أن تبعد التعبيرات التي لا تناسبه؛ والتي تتم دون وعي منك، ولا تعكس مشاعرك وانفعالاتك، مثل: شد الفك أو عضلات الوجه، أو تقطيب الحاجبين، أو التجهم أو العبوس...

وهذا يقع فيه بعض المتحدثين الذين ليس لديهم خبرة كافية... ورغم أن سبب ذلك هو التوتر والارتباك؛ إلا أن الحضور غالباً ما يفسره بأنه تكبر وغطرسة، وربما قد يكون سبب شد عضلات الوجه هو التركيز على حفظ المتحدث للكلمة؛ لأنه يجهد عقله في تذكر ما يقول.

وبشكل عام.. لا توجد هناك قواعد معينة لاستخدام تعبيرات الوجه بشكل محدد، ولكن إذا كنت متحرراً من التوتر، ومسترخياً، وسمحت لنفسك بالاستجابة لانفعالاتك بشكل تلقائي؛ فإن تعبيرات وجهك ستكون مناسبة.

á ٥- **الابتسامة:**

لقد أوصى النبي ﷺ أبي ذر ﭬ في قوله: «**لا تحقرن من المعروف شيئاً؛ ولو أن تلقى أخاك بوجهٍ طلق**». رواه مسلم، وقوله ﷺ: «**تبسمك في وجه أخيك صدقة**». رواه أحمد.

"أقصر مسافة بين شخصين هي الابتسامة". فيكتور بورج.

فالابتسامة تعطي رسالة للحضور بأنك سعيد، وواثق من نفسك، وممتن لوجودك بينهم.

لقد ثبت أنه عند تبسمك فإن الآخرين يبادلونك ذلك، بل إن الدراسات[1] بينت إنك عندما تتبسم أو يبتسم شخص آخر؛ فإن الجسم يقوم بإفراز مواد كيميائية إيجابية ومفيدة، ويكون في حالة اتزان تام مما يؤدي إلى اتخاذ موقف أكثر إيجابية، ويترتب على ذلك اختيارك لكلمات وعبارات إيجابية.

á ٦- **تحركات الجسم:**

عندما تتحدث فإن تحركات الجسم تعتبر من أوضح الحركات المرئية، فالعين -كما أسلفنا- تنجذب للأجسام المتحركة، وتمل من الأجسام الثابتة، وبطبيعة الحال إن هذا لا يعني أن تكثر من الحركات دون سبب، بل يجب أن تكون التحركات والتنقلات مدروسة، ولها غاية، وتحقق نتيجه.

فالتحرك خطوة للأمام يعني: أنك قد وصلت لفكرة أو نقطة مهمة، أما خطوة للخلف؛ فقد تعني: أنك انتهيت من عرض فكرة مهمة، وأنك تترك الجمهور يرتاح للحظة لاستيعاب تلك الفكرة، أما التحرك الجانبي؛ فقد يعني: الانتقال من فكرة إلى أخرى.

الذي يجب مراعاته هو: أن يكون تحرك جسمك سلساً وسهلاً منذ بداية إلقائك، بل منذ بداية وقوفك، ولكي تكون تحركات جسمك فاعلة اجعلها طبيعية دون تكلف.

á ٧- **الاتصال البصري:**

يفتح الاتصال البصري آفاقاً للتواصل مع الحضور، ويدعم أواصر العلاقة معهم، ويشركهم في الحديث أو العرض، بل إنه يخفف من التوتر والارتباك؛ لأنك في مواجهة الجمهور واستمرار النظر إليهم تكون بذلك تجاوزت أسوأ ما كنت تخشاه، ولم يبق هناك أي مخاوف

---

(١) توني بوزان، "قوة الذكاء الكلامي"، ترجمة مكتبة جرير - الرياض، ط١، (٢٠٠٥ م).

أخرى، كما أن الاتصال يخفف من شعورك بالعزلة.

ويحقق الاتصال البصري الفوائد الآتية:

أ- ربطك بالحضور: فمن الثابت أنك أينما ترمي ببصرك؛ فإن الحضور سيتابعك، فحينما تنظر إلى الخارج؛ فسوف ينظرون إليه، وحينما تنظر إلى أسفل أو إلى أعلى؛ فإنك ستفقد التواصل معهم، ولكن حينما تتواصل معهم بصريّاً؛ فإنهم سيتواصلون معك بصريّاً؛ لأن كلًّا منهم يتوقع أنك ستنظر إليه، مما يؤدي إلى خلق الترابط بينك وبينهم.

ب- إشعارهم بالأهمية: يريد كل واحد من الحضور أن يشعر بأهميته، وبأن المتحدث مهتم به، وهذا يتحقق من خلال التواصل البصري، فعندما تنظر إلى المتلقي؛ فإنك تنقل إليه رسالة فحواها: أنت مهم بالنسبة لي؛ ولذلك أنا أنظر إليك.

جـ - إيحاء لهم بالثقة: عندما تتواصل مع الحضور بصريّاً موزعاً نظرك عليهم جميعاً؛ فإن الانطباع الذي ستكون لديهم هو: أنك متحدث واثق من نفسك، ومحترف مؤهل، مما يسهل عليك التأثير فيهم، وهذا بخلاف لو كان نظرك مقتصراً على المنبر، أو على أوراقك، أو على أحد الحضور فقط؛ مما يولد انطباعاً لديهم بأنك مرتبك، وغير ومؤهل، وتنقصك الخبرة.

د- أداة للتغذية الارتجاعية: عندما تستمر في التواصل مع الحضور؛ فإنك تسبرهم وتقرأ القاعة وتعدِّل سير الحديث وفقاً لقراءتك، فقد ترى -مثلاً- علامات الاستفهام بارزة على محياهم، وهذا يعني أن ما تقوله لم يصل إليهم؛ فتقوم بإعادة صياغة الفكرة بأسلوب مبسط، وعندما تلاحظ علامات الملل أو النعاس؛ فتحاول إدخال عامل التشويق؛ إما برفع الصوت أو خفضه، أو إشراكهم بطرح سؤال عليهم، أو التحرك، أو تكثيف الإشارة.

في أحد مساجد الرياض غالبية المصلين من الباعة الذين يبادرون بالخروج فور انتهاء الصلاة، ويبقى أهل الحي عادةً؛ خاصة عند وجود واعظ بعد الصلوات، لاحظنا ذات يوم بعد إحدى الصلوات أن غالبية الباعة بقوا في المسجد ولم يغادروه كالعادة، وذلك أن واعظاً مبتدئاً قام ليلقي موعظة ووقف أمام اللاقط دون تغيير وضعه، بل كيَّف جسمه حسب وضعية اللاقط المعد أصلاً للصلاة بحيث يكون قريباً من الإمام أثناء الصلاة، فصار الواعظ بذلك مستقبلاً الباعة ومُعرِضاً عن أهل الحي؛ فما الذي حصل؟

صار نسبة الجالسون من الباعة أكثر من نسبة الجالسون من أهل الحي؛ لكون الواعظ يركز

نظره إلى جهة الباعة؛ فأشعرهم بالاهتمام، وخلق رابطاً معهم؛ فشدهم، واستمالهم للبقاء...

أما أهل الحي؛ فلم يحظوا بتلك النظرات؛ فلم يحسوا بذلك الاهتمام؛ فخرج بعضهم.

أمر آخر... يؤكد أهمية الاتصال البصري: فإذا عرفنا أن معيار الخيرية في صفوف الرجال في الصلاة هو أولها، وشرها هو آخرها؛ فإنه من المفترض عند وقوف واعظ بعد الصلاة أن تكون نسبة الذي يبقون للاستماع في الصفوف الأولى أكبر مَن نسبة من يبقى في الصفوف الخلفية...

ولكن هل لاحظت مَن هم الذين يغادرون؟ إنهم المصلون الذين في أطراف الصفوف الأولى!

والسبب هو: عدم نظر الواعظ لهم؛ خاصةً إذا كان واقفاً في المحراب بطريقة لا يمكنه النظر لجوانب المسجد، فلا يحس الذين في أطراف الصفوف بوجود اهتمام بهم؛ مما يجعلهم يغادرون.

أما الذين يبقون فهم الذين يراهم الواعظ؛ حتى وإن كانوا في الصفوف الخلفية؛ وخاصة في منطقة الوسط منها؛ فإنهم يبقون حتى نهاية الكلمة بسبب التواصل البصري.

إن هذا يحدث في الحالات التي يكون المتحدث فيها عاديّاً، على عكس ما لو كان يملك مهارات الإلقاء، أو يكون من المعروفين؛ فإن الأمر سيختلف.

وكذلك الحال في صلاة الجمعة؛ فإن من المفترض أن نجد المصلين يحرصون على أجر الصفوف الأولى، ويبادرون بالجلوس فيها، ولكن لاحظ أين يجلس غالبية المصلين؟

ستلاحظ أن نسبة كبيرة منهم يجلسون أمام الخطيب دون وعي منهم، تاركين أطراف الصفوف الأمامية -التي فيها الأجر- خالية، والسبب يرجع إلى رغبتهم في أن يحظوا بنظرات الخطيب، ويشعرون بأهميتهم.

يتضح لك مما سبق بأن الاتصال البصري مع الحضور مطلب أساسي، وأما إذا كان عدد الحضور كبيراً جدّاً؛ فإن المتحدث غير مطالب بأن ينظر إلى مقلتي كل شخص، بل يحرص على تحقيق المسح البصري لجهات الحضور الوسط واليمين واليسار والأمام والخلف بشكل متساوٍ، مما يحقق الاتصال البصري معهم بشكل شمولي، أو النظر إلى هاماتهم أو إلى غرتهم، أو إلى أقلامهم؛ خاصةً إذا كانوا كثيرين في مدرج -مثلاً- أو قاعة كبيرة، أما إذا كانوا أفراداً معدودين؛ فيكون هناك اتصال بصري بمعدل من ثانية إلى ثلاث ثوان لكل شخص.

إن أفضل طريقة لتحقيق المسح البصري هي: أن يركز الملقي على الشخصين

الجالسين في طرفي الجمهور من اليمين واليسار... فإذا وضعت في اعتبارك أنك ستركز النظر على هذين الشخصين؛ فإنك من المستحيل أن تنتقل بالنظر بينهما فقط، وإنما عند نظرك لأحدهما في طرف الجمهور، فإن الوصول إلى الشخص الذي هو في الطرف الآخر يحتاج إلى أن تمر بنظرك على بقية الحضور.

فائدة: لا تكن فريسة الوجهين: العبوس والبشوش؟

وهذا يحدث حينما ينظر المتحدث إلى وجهٍ عبوس من الجمهور فيفر منه، والعكس صحيح، فحينما ينظر إلى وجه بشوش فيحط رحله عنده؛ فيركز عليه ويترك بقية الحضور.

وبصفتك متحدث؛ فأنت مطالب بتحقيق المسح البصري منذ بداية إلقائك، وقد يكون هذا صعباً عليك، ولكن عليك بعد أن تزول اللحظات الأولى والتي قد تكون فيها متوتراً بأن تبدأ في التواصل البصري مع جمهورك.

ولذا لا بد من اختيار مكان مناسب لإلقائك؛ بحيث يسهل عليك عملية المسح البصري.

ومما يجب معرفته عن المسح البصري هو: أنه يستخدم كأداة للتغذية الارتجاعية، فإذا كان الجمهور معتدلين في جلستهم، وعيونهم يقظة، وينظرون إليك باهتمام، ويكتبون بعض الملحوظات؛ فهذا يعني أن عملك عظيم.

أما إذا كانوا ينظرون في ساعاتهم أو للأرض؛ فإن الأمر ليس كذلك، بل هو خطؤك في كونك لم تستحوذ على انتباههم.

ومن خلال النظر إلى وجوههم تستنبط مدى وقع حديثك عليهم.

كما أن الاتصال البصري يكسب المتحدث انتباه الحضور، ويحافظ عليه، ويرسخ العلاقة بينه وبينهم، ويعطي مصداقية لما يقول، ويكوِّن انطباعاً لدى الحضور بمدى ثقة المتحدث بنفسه.

@ولا تنس أن تمارس هذا الاتصال البصري في أول (١٥) ثانية، وكذلك آخر (١٥) ثانية؛ لأنها من الأوقات المهمة والحاسمة.

نصائح لاستخدام العينين[١] :

G ١- **انظر** إلى الجمهور ببطء، وبشكل مزدوج وهادئ يواكب الحديث الملقى، وليس بنظرات مرتبة ومصنفة كالآلة.

G ٢- **انظر** إلى رؤوس الجمهور إذا كان العدد كبيراً.

G ٣- **حاول** أن تبعد أي شيء يمنعك من رؤية الجمهور، كالمايكروفون وغير ذلك.

G ٤- **تذكر** أن نظرك إلى أعين الجمهور يعكس ثقتك بنفسك.

G ٥- **لا تصرف النظر** عمن يحادثك لأكثر من عشر ثوان.

G ٦- **احذر** التركيز على جهة واحدة:

G ٧- **انظر** إلى الجالسين في الأطراف، وليس إلى الذين أمامك فقط[٢].

G ٧- **أشعر** كل واحد منهم وكأنك تتحدث إليه شخصيّاً.

G ٨- **توقف** بعينيك عند كل شخص ثلاث إلى أربع ثوان، ثم انتقل إلى غيره (أو انظر إليه لجملة كاملة، أو فكرة قصيرة) ، ثم انتقل إلى غيره.

G ٩- **إذا كنت ستقرأ** (ولا نحبذ القراءة)؛ فالأفضل أن تقرأ لفترة، ثم ترفع عينيك وتنظر للجمهور لفترة؛ بدلاً من رفع النظر بين كلمة وأخرى.

G ١٠- **لا تنظر** إلى الأرض طويلاً.

G ١١- **لا تنظر** إلى السماء أو السقف طويلاً.

D **تذكر.. أن نظرك للجمهور عيناً بعين** يعكس ثقتك بنفسك، وتزيد انتباه الجمهور، ولا شيء يكسر التواصل معهم كعدم النظر إليهم.

á ٨- **حركة الجمهور[٣] :**

انتبه دوماً لحركات الجمهور؛ فهي ستعطيك انطباعاً عن درجة المتابعة والانتباه والفهم.

---

(١) دورة (فن الإلقاء)، مذكرة تدريبية للفريق الإعلامي لشبكة "الأمجاد" الإسلامية.

(٢) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٩٩).

(٣) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٠٤).

R علامات جيّدة:

- ترداد كلماتك.
- الابتسامة والضحك.
- الكتابة وتسجيل النقاط.
- هز الرأس بالموافقة: (تأييد).
- النظر المستمر إليك: (تركيز).
- ميل الجسد إلى الأمام: (انتباه).
- الأصبع على الخد أو جانب الرأس: (تفكير وتأمل).
- ميل الرأس إلى أحد الجانبين مع النظر إليك: (تفكير).

Õ علامات سيئة (تدل على الملل: أو عدم الانتباه):

- التململ، وكثر الحركة في المكان.
- كثرة الخروج والدخول.
- النظر إلى الساعة.
- النظر في أنحاء الغرفة أو إلى الخلف.
- الجلوس واليدان خلف الرقبة (عدم تصديق، أو عدم تأييد).
- اليدان متقاطعتان على الصدر (عدم التأييد) (أحياناً).
- التثاؤب.
- العبوس في لوجه (عدم الارتياح لما تقول).
- كثرة رمش العين بشكل واضح (أكثر من ١٥ مرة في الدقيقة) تدل على العصبية، وعدم الارتياح.
- عدم رمش العين يدل على الملل.
- النعاس أو النوم.
- كثرة التّهامس الجانبي.
- النّظر الأبله (عدم الفهم).
- كثرة حك الرأس أو الجسد.

قواعد عامة لتفعيل لغة البدن[١] :

١- **أن لديك مهارات لغة بدن تعمل بالفطرة؛ فلا تعطلها بالتوتر، أو بالحركات اللاإرادية.**

٢- **اليدان من أهم معالم لغة البدن؛** ومن أسرعهما تفلتاً من التوظيف الصحيح في الإلقاء.

لذلك لا تضعها بجانب الجسم كي لا تشكل عبئاً عليك، وإنما ضع وجه راحة إحدى اليدين على راحة اليد الأخرى؛ ليسهل استخدامها في الإلقاء.

٣- **الإيماءات هي من الحركات التي يغفل عنها الكثير من الملقين** -بالرغم من أهميتها-؛ لذا احرص على توظيفها في إلقائك.

٤- **تعبيرات الوجه** من أصدق القنوات التي تنقل مشاعرك للمتلقين؛ فاستخدمها بشكل تلقائي.

٥- **احرص على** طريقة وقوفك قبل وأثناء الإلقاء.

٦- **الاتصال البصري** من الروابط المهمة مع الجمهور؛ فتحقق من توزيع المسح البصري مع جوانب الحضور، ولا تركز على جهة دون أخرى.

٧- **التحركات يجب أن تكون:** متوافقة مع القول، وأن تكون مناسبة للمقام وللمقال، فلا يمكن أن نطالب خطيب الجمعة أن يقوم بتحريك جسمه بالتقدم والتأخر وهو محاصر داخل المنبر.

٨- **إذا كنت متحمساً لحديثك** فستكون تحت تأثير مشاعرك، وسوف توظف لغة البدن تلقائيّاً، وسوف يكون هناك تزامن وتطابق بين العبارات الملفوظة وبين لغة البدن.

تمارين قبل الإلقاء الفعلي:

الزلّة مرصودة والخطأ غير مغفور في الحياة الإلقائية؛ لذا لا تجعل الإلقاء الأول لك هو الإلقاء الذي أمام الجمهور، وهنا تأتي أهمية القيام بالمحاولات الإلقائية القبلية...

r ولمساعدتك على إجراء هذه المحاولات طبق التمارين الآتية، وأعط لنفسك الدرجة المناسبة؛ ولتكن من (١-١٠):

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٣٠٠).

التمرين الأول: مهارة الابتداء:

طبق ما يسمى بمحاكاة الواقع؛ بحيث تخصص إحدى الغرف للتمرين، وتتخيل بأنها مكان الإلقاء، ومن الأفضل تسجيل تمارينك بكاميرا فيديو لاستعراض أدائك، أو أطلب من أحد الزملاء حضور أدائك.

وركز على ما يلي:

المهارة	الدرجة	ماذا تقترح للتطوير؟
١- طريقة ذهابك للمنبر: Ã هل رتبت هندامك، وجهزت أوراقك مسبقاً؟ Ã كيف كانت طريقة حضورك للمنبر؟ هل تم المشي بخطوات واثقة وأكتاف مشدودة للأعلى؟ ٢- قبل التحدث: Ã هل شملت أرجاء الحضور بالنظر؟ Ã هل رسمت على محياك ابتسامة؟ Ã هل بدأت حديثك بالبسملة، والصلاة على النبي ﷺ. Z يمكنك مراقبة طريقة حضور الخطباء والملقين؛ سواءً في المناسبات التي تحضرها، أو التي تشاهدها في وسائل الإعلام: 1 هل كانوا مستعدين قبل دعوتهم؟ 1 وكيف كانت طريقة مشيهم لمكان الإلقاء؟ 1 وهل كانوا مرتبي أوراقهم والوسائل المساعدة للعرض -أيضاً-؟		

التمرين الثاني : لغة البدن :

قم أثناء التمرن على الإلقاء مسبقاً بتصوير أدائك، ثم استعرضه، ولاحظ ما يلي:

المهارة	الدرجة	ماذا تقترح للتطوير؟
C هل وقفتك ثابتة ووزنك موزعاً على كلتا قدميك؟ C أين تضع يديك؟ بجانبك؟ أم على المنبر؟ C ارصد كم مرة تحركت يداك أثناء كلمتك؟ هل هي قليلة أم مناسبة أم زائدة؟ هل هي متزامنة مع ما تقول؟ هل هي معبرة؟ وموضحة؟ C راقب تعبيرات وجهك؟ هل هي متغيرة؟ هل هناك لزمات حركية؟ مثل التمرجع، أو التخصر، أو الضرب على الطاولة، أو العبث بالنظارة أو بالقلم؟ C هل يبدو التحمّس واضحاً في طرحك؟ أم يتسم بالبرود والرتابة؟ C هل توظف الابتسامة في مكانها المناسب؟ أم ليس هناك أي ابتسامة؟ أم أنها توظف في غير مكانها المناسب؟		

التمرين الثالث: المسح البصري:

المهارات	الدرجة	ماذا تقترح للتطوير؟
G اجعل هناك علامات في المكان الذي تتمرن فيه... في الطرف الأيمن والوسط والأيسر منه. G راقب كم مرة تنظر لكل علامة؟ الجهة اليمنى بعدد ( ) الجهة الوسطى بعدد ( ) الجهة اليسرى بعدد ( ) G هل عدد المرات متساوي؟ أم أنك تركز على جهة أكثر؟ G هل تنظر للأعلى أو للأسفل بشكل ملحوظ؟ اعمل على تعديله؟		

التمرين الرابع: وسائل العرض:

إذا كنت ستستخدم وسائل عرض؛ راقب أثناء التمرن؛ كيف تدبر هذه الوسائل؟

المهارة	الدرجة	ماذا تقترح للتطوير؟
Z هل أنت تتوقف عن التحدث أثناء استعمالها؟ أم أنك تواصل حديثك وليس هناك توقف ملحوظ؟ Z هل تكثر من النظر إليها وتترك النظر إلى الأمام؟ Z هل هي واضحة للجمهور؟ هل كل شريحة تتضمن فكرة واحدة؟ هل حشرت فيها الأسطر والجمل أم كتبتها على شكل نقاط؟ Z كيف كانت الألوان والخلفيات ووضوح الخط.		

اختبار الحركة[١] :

هل أنت قارئ جيد لحركة الجمهور؟ أو مستعمل جيد للحركات؟

الحركة	المعنى
١ - هز الرأس للأعلى والأسفل.	أ- الانتباه.
٢ - حك الرقبة.	ب- الملل.
٣- اللعب بشعر الرأس.	جـ - العلاقة الجيدة.
٤ - مد الكف للأمام.	د- الموافقة.
٥ - قبضة اليد.	هـ- التوتر.
٦ - اليدان متقاطعتان خلف الرأس.	و- التفكير.
٧- الإصبع على الخد.	ز - الغرور.
٨- هز الرجل.	حـ - عدم الفهم.
٩- ميل الجسد إلى الأعلى.	ط - عدم التصديق.
١٠ - اليدان على الخصرين.	ي - القوة.
١١ - شد الأذن.	ك - الثقة بالنفس.
١٢ - خطوات طويلة وسريعة نحو المنصة.	ل - ما رأيكم؟
١٣ - الوقوف منتصباً.	م - النجاح.
١٤ - رفع الحواجب قليلاً.	ن - إخفاء أمر.
١٥ - طرق الطاولة بالإصبع.	س - الكذب.
١٦ - الحك المستمر.	ع - التأمل.
١٧ - اليد على الحنك.	ف - عدم التأييد.
١٨ - وضع اليدين لبرهة وجيزة على المنصة.	ص - الرغبة بالخروج.
١٩ - اليدان متقاطعتان على الصدر.	ق - عدم الارتياح لما تقول.

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٩٥ /٢٠٥).

٢٠ - العبوس في الوجه. ر - الارتياح والنفتاح.

إجابة اختبار الحركة:

١	د	١١	ن
٢	حـ	١٢	ك
٣	ب	١٣	م
٤	جـ	١٤	ل
٥	ي	١٥	ص
٦	ط	١٦	س
٧	و	١٧	ع
٨	هـ	١٨	ر
٩	أ	١٩	ف
١٠	ز	٢٠	ق

رابعاً: التنوّع[١]:

أ- الفكاهة: البدء بالفكاهة له فوائده، ومنها: إشعار الجمهور بأنك إنسان لطيف وسمح وذو روح مرحة، وكذلك فإنها تكسر الحواجز مع الجمهور، وتجذب انتباههم بسرعة وتشعرهم بالارتياح... كل ذلك تستطيع تحقيقه بقصة مضحكة أو نكتة واحدة في البداية.

إن الفكاهة وروح الدعابة تستخدم لتعزيز الخطب، وزيادة التشويق، ولكن هناك مشاكل رئيسة تصاحب البداية المضحكة أو استعمال النكت في الخطبة؛ مما يؤدي إلى إفساد تلك النتائج، وإعطاء مردود سلبي عليك...

فعندما تقرر استخدام الفكاهات في حديثك؛ تأكد من التالي:

تأكد من مناسبة الفكاهة للموقف، فهناك خطب من طبيعتها الجدية مثل: النعي، والكوارث... إلخ.

أنها مناسبة للموضوع والجمهور (فالفكاهة المناسبة للمدرسين قد تختلف عن تلك المناسبة للاقتصاديين).

أنها لا تحتوي على إهانة لأيّ شخص في الحضور.

أنها تتناسب مع أسلوبك الخاص (لا تقلد الآخرين في الفكاهة).

أن يكون لها هدف متعلق بالنقطة المطروحة.

أن تكون سهلة الفهم (وإذا حدث أن البعض لم يفهمها؛ فلا تشرحها، بل استمر في الحديث).

أن تكون جديدة، وغير مشهورة.

نصائح لإلقاء القصص الفكاهية:

E **لا تعتذر بأنك لست ماهراً في إلقائها.**

E **لا تشرح القصة، ولا تقدم لها بمقدمات طويلة.**

E **لا تعدهم بأنك ستضحكهم جدّاً.**

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٨٦).

- لا تقل هذه أفضل نكتة عندي، ونحو ذلك.
- استمتع بذكرها، وابتسم؛ فهذا أدعى للتأثر بها.
- انظر إلى أعين الجمهور بشكل مباشر عند إلقائها.
- لا تطل القصة؛ وإلا أصبحت مملة.
- اصمت قليلاً بعدها؛ لتعطي لهم فرصة للضحك، والحديث الجانبي.
- تكلم ببطء ووضوح؛ خاصة عند نقطة الإضحاك في القصة؛ وإلا فقد عنصر المفاجأة.
- الفكاهة تعتمد بشكل كبير على أسلوب الإلقاء؛ فاحرص عليه.
- لا تخترع نكتة، أو تفكر في نكتة أثناء الإلقاء، بل جهزها مسبقاً.
- عند الشك في مناسبة الفكاهة؛ لا تستعملها.

الفكاهة غير المناسبة:

هناك نوع من الفكاهة خطر وسيىء، وآثاره غير حميدة؛ ألا وهو: الفكاهة غير المناسبة، أو المهينة، أو المزعجة، ولذلك ننصح بالابتعاد عنها..

✧ **فأحذر.. استخدام الفكاهة التي تحتوي على استعمال غير مناسب لأي من المواضيع الآتية:**

- الدين.
- المعاقين.
- الطائفية.
- الجنس.
- العقم.
- بلاد معينة.
- شكل الإنسان.
- قبائل معينة.
- أماكن معينة.
- الاتجاهات السياسية.
- القادة السياسيين.
- إهانة شخص بعينه.

لا مانع من استعمال الفكاهة التي سمعتها من محاضرين آخرين (بشرط ألا يكونوا قد ألقوها قبل قليل على الجمهور نفسه).

هناك كتب متخصصة في الفكاهة للمحاضرين؛ فاستعملها، ولكن لا تبحث في الكتب الجامعة للنكت؛ ففائدتها قليلة في المحاضرات.

أفضل فكاهة هي ما حصلت لك شخصيّاً (ذكر قصة فكاهية عن نفسك بأسلوب مؤثر ولا يزعج أحداً من الحضور، بخلاف ذكر شيء فكاهي عن أحدهم).

مصادر الفكاهة الجيدة: الأحداث المحلية أو العالمية والتعليق عليها بشكل فكاهي (على ألا يكون مكرراً أو مزعجاً لأحد من الحضور).

المواقف التي رأيتها أو سمعتها بنفسك وفيها غرابة وإضحاك لها أثر أكبر من الفكاهة العامة؛ لأنها تعطي شعوراً مريحاً للجمهور بأنهم يستمعون إلى أمرٍ حقيقي، وتكسر الحواجز بينك وبينهم، وكذلك فهي جديدة عليهم لم يسمعوها من قبل.

لا مانع من إعادة صياغة فكاهة سابقة؛ لتناسب طبيعة الجمهور الحاضر.

ب- الجدية: الأصل في خطبتك أن تكون جادة، فأنت لست في مسرح فكاهي أو هدفك إضحاك الناس، ولكن الخطبة الجادة تماماً تخلو من الروح التي تحرك الناس، ولكن لهذا الأمر قواعد واستثناءات منها:

الأمر يتعلق بالموضوع؛ فهناك مواضيع ليس من المناسب الإضحاك فيها (الحديث عن الآخرة مثلاً) وهناك أحاديث من المناسب زيادة جرعة الفكاهة فيها (كالأخطاء في العلاقات الاجتماعية).

لا تنتقل من الجدية إلى الفكاهة أو العكس لمجرد إضحاك الناس، بل لا بد من وجود هدف، وربط مناسب.

الجدية لا تعني التكشير، فاجعل وجهك سمحاً (ليس بالضرورة ضاحكاً أو مبتسماً ولا تكشر إلا للتعبير عن موقف معين.

جـ - العامية: الأصل في الحديث كذلك: أن تتكلم بلغة سليمة وواضحة، فلا تلجأ للعامية إلا لأسباب وجيهة؛ **سنذكر بعضها أدناه:**

? **عند إلقاء الأمثال الشعبية:** لا تحاول تحويلها إلى الفصحى، بل ألقها كما هي واشرحها.

? **يمكنك إدخال كلمات قليلة من الكلمات العامية المفهومة والشهيرة بين الجمل لترطيب الحديث** (إلا إذا كنت في بلد آخر).

? **لا مانع من استعمال بعض الكلمات العامية لبلد آخر؛** إذا ألقيت الحديث عندهم.

G **صقل المهارة**[(١)] G

كما يتدرب الممثلون فكذلك يتدرب الخطباء، فالتدرب مهم جدّاً؛ ولاسيما للمبتدئين، وكذلك في حالة إلقاء موضوع جيد.

نعم لن يجعلك التدريب كاملاً ومثاليّاً، ولكنه سيساعدك على تجاوز الكثير من الأخطاء، بالإضافة إلى زيادة ثقتك بنفسك، وكلما زاد تدريبك تحسن أداؤك، وسيعرفك على أضعف النقاط في خطبتك؛ لتتمكن من التركيز عليها.

ولا تظن أنك بتمكنك من المادة أو الموضوع؛ فإن إلقاءك سيكون رائعاً، فإن المعلومات شيء، وإيصالها شيء آخر.

- **الإعداد المناسب والممارسة تمنعان الأداء الضعيف**
- **الإلقاء يتضمن فن الوقفات، وفن الانتقال من نقطة إلى أخرى؛ فتدرب عليها.**
- **حاول أن تتخيل القاعدة والحضور، وحاول أن تحرك وجهك وتوجه عينيك إلى كل الجمهور، واستعمل لغة الجسد وحركة اليدين.**
- **تخيل نفسك وقد أخطأت في كلمة أو تعثرت؛ فكيف ستتجاوز هذا الموقف؟!**
- **حاول أن تحفظ عن غيب ما ستقول في أو (٢٠) ثانية، وآخر (٢٠ ثانية)؛ فهما الأهم، ومفتاح الحديث والنجاح.**

جدول قواعد لصقل المهارة

R افعل	x لا تفعل
ü قس مدة حديثك عند التدرب، ثم عدل حسب الوقت الذي سيتاح لك فعلاً. ü راجع نطق الكلمات الصعبة والمصطلحات.	O إذا كان الحديث سيستغرق أكثر من الوقت المتاح لك؛ فلا تحاول أن تسرع في الكلام، بل ألغ أجزاء من الحديث، واقتصر على

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١١٢).

- ü تدرب على استعمال الأجهزة ووسائل الإيضاح، وتوقيت استخدامها.
- ü تدرب أمام مجموعة صغيرة من الأصدقاء أو الأهل، وشجعهم على انتقادك؛ وليس مدحك فقط.
- ü انتبه لحركاتك؛ وليس فقط كلامك (راجع باب الحركة).
- ü حاول أن تتدرب في الموقع الفعلي -إن أمكن-؛ فهذا سيعطيك ارتياحاً كبيراً عند التحديث الفعلي.
- ü تدرب بالملابس نفسها التي ستتحدث بها، وغيّرها إذا لم ترتح لها.
- ü صوّر نفسك بالفيديو (للمبتدئين، والخطب الهامّة).
- ü ألق الخطبة أمام مرآة كبيرة.
- ü تدرّب حتى تشعر بالتمكن والارتياح.
- ü احرص على التّدرب على:
  المقدمة - القصص - النقلات - الخاتمة
- ü راقب حركاتك؛ وليس كلامك فقط.

المهم (وتذكر أنه لن يحاسبك الجمهور على ذلك)، وتذكر أن الكلام بسرعة سيؤدي إلى عدم متابعة الجمهور.

- O لا تستعمل جملاً طويلة، فراجع ما قلته أثناء التدرب (من المسجل)، وعدل الجمل الطويلة إلى قصيرة.
- O لا تخجل من رؤية نفسك في الفيديو، ولا تنتقد نفسك أو شكلك (أو جمالك)؛ فالجمهور لا ينظر بنفس نظرتك.
- O لا تتوقف أثناء التدريب، بل حاول أن تؤدي الخطبة كاملة، واترك الملاحظات للنهاية.
- O لا تتدرب في غرفة هادئة، بل شغل التلفزيون أو الراديو؛ لتتعود على الحديث في ظل وجود إزعاج (هذا ما سيحدث عند وجود الجمهور): السعال، العطاس، القيام والجلوس، الحديث الجانبي... إلخ).
- O لا تستعمل المسجّل فقط.
- O صوتك سيختلف في المسجّل والفيديو؛ فلا تنزعج.
- O لا تتدرب مرة واحدة فقط، بل كرر وكرر؛ إلى أن ترتاح وتتمكن.
- O لا تتردد في الطلب من المتحدثين الآخرين (في حالة وجودك مع آخرين على المنصة) أن تنسقوا أو تتدربوا معاً.

ماذا سيحدث إذا لم تتدرّب؟

B ١ - ستطرف بعينيك بشكل متكرّر.

B ٢ - ستبحث عن الكلمات.

B ٣- ستقول (آ آ آ) مرات كثيرة.

B ٤ - ستبحث عن كلماتك.

B ٥ - لن تكون منظّماً، وسترتبك، وتقول أي شيء يخطر على بالك.

B ٦ - ستبحث في الصفحة عن الجملة التي كنت ستقرؤها.

D وكل هذا سيربك المستمع E

/ / /

الباب الخامس: أسرار سحر البيان

- ❁ التمكن من المادة.
- ❁ مداخل الإقناع.
- ❁ فن صنع فكرة رائعة.
- ❁ تسعير الفكرة.
- ❁ توزيع الفكرة.
- ❁ وسطاء الأفكار.
- ❁ التلقي بوعي وبدون وعي.
- ❁ اختلاف الناس في مستوى تحمل الفكرة.
- ❁ دور اللغة في الخطابة.
- ❁ تأثير اللغة وفقاً للبرمجة اللغوية العصبية.
- ❁ أنماط المستمعين.
- ❁ نفسية المتلقي.
- ❁ ماهية الحوار.
- ❁ الاستماع.
- ❁ مشاكل وأخطاء شائعة.
- ❁ كيف تكتشف عيوبك في الإلقاء؟
- ❁ كيف تصبح مقدماً رائعاً؟!
- ❁ ما بعد الكلمة.

G التمكن من المادة[1] G

المحاضر المتميز هو الذي يعرف مادته جيداً، فهو لا يعتمد على فن الإلقاء فقط (وإن كان هو الأهم في ترك الأثر لدى الجمهور)، ولكنه يضيف إلى ذلك مادة خصبة وثرية.

ومن علامات ذلك:

- Ë مادة فيها معلومات جديدة على الجمهور.
- Ë حسنة التصنيف والتقسيم.
- Ë كثيرة الاستشهادات والأمثال.
- Ë نابعة من بيئتهم ما أمكن.
- Ë معتمدة على مراجع كثيرة.
- Ë المعلومات والاستشهادات والاحصاءات حديثة.
- Ë المحاضر يعرفها عن غيب.
- Ë ولديه أكثر مما سيقوله في المحاضرة.

R افعل	x لا تفعل
ü تكلم كأنك تتحدث عفويّاً.	O لا تكتب كل الموضوع، بل تمكن منه بحيث تكفيك كلمات قليلة لكل نقطة.
ü لا تسمّع الكلام عن ظهر غيب.	O لا تحفظ الخطبة.
ü لا مانع من وجود اختلافات أثناء التطبيق العملي.	O لا تكتب الموضوع وكأنه كتاب إنشاء، بل قسمه إلى أبواب، وفصول، وفروع، ونقاط.
ü حضّر، وحضّر، وحضّر، (القاعدة لدي: عشرة ساعات تحضير لكل ساعة حديث).	O لا تعتمد على مرجع واحد، بل استعمل مصادر شتى.
ü حاول أن تحفظ عن غيب النقاط الرئيسة والفرعية وبنودها (مثلاً: ثلاث جوانب	O لا تجعل بنداً واحداً يأخذ وقتاً طويلاً، بل

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١١٥).

سأتحدث عنها في الجانب الأول (٤) عناصر، وفي الثاني (٥) عناصر في الثالث ثلاثة عناصر). ü تدرب بدون استعمال أية أوراق أو وسائل؛ لتعرف مدى تمكنك من الموضوع، وتتعرف على نقاط الضعف لديك.	قسم الوقت على جميع البنود. O لا تحضر مادة كافية لما ستقوله فقط، بل حضر أكثر مما ستقوله (القاعدة لدي هي: ضعف ما سأقول)، واترك الباقي للأسئلة والحوار، أو قل (وهذا عندي فيه تفصيل، ولكن الوقت لا يتسع)؛ سيعطي ثقة بك أكبر لدى الجمهور.

G مداخل الإقناع[1] G

a **المحبة طريقك للإقناع:**

من أسباب الإقناع: استغلال المحبة الشخصية، "إن الانتشار واسع النطاق لرابطة الحب بين الأصدقاء بواسطة ممارسي الانصياع؛ ينبئنا بالكثير عن قوة قاعدية الحب التي تؤدي إلى الموافقة، ونحن نجد -في الحقيقة- أن المحترفين للإقناع يسعون للإفادة من القاعدة؛ حتى حين تكون الصداقة التي سبق تكوينها غير متاحة لهم لاستخدامها، وفي هذه الظروف تكون استراتيجية محترفي الانصياع مباشرة؛ إذ أنهم يسعون أولاً لكسب حباً لهم".

± **ومن أسباب المحبة بينك وبين الآخرين: التشابه.**

1 **وهنالك أربعة إمارات هامة للتشابه:**

- **الموقف أو الاتجاه.**
- **الفضائل.**
- **الثقافة.**
- **المظهر.**

o **ويمكن أن تُصاغ من خلال الأسئلة التالية:**

١- **هل يفكر المتحدث مثلي؟**

٢- **هل يقاسمني فضائلي؟**

٣- **هل يشاركني المتحدث ثقافتي؟**

٤- **هل يشبهني المتحدث من جهة الوطن أو القبيلة؟**

± **ومن أسباب المحبة: المجاملة، الهدية، التكريم، وغيرها.**

a **ضرب الأمثال.. طريقك للإقناع:**

ضرب المثل يعني: أن يشبه المتحدث فكرة ما بأقرب الأشياء إليها مما يعرفه المتلقي تمام المعرفة، وتتسم الأمثال بالقبول وسرعة التناول، يقول الحسن اليوسي: "إن ضرب المثل يوضح المبهم، ويفتح المنغلق، وبه يصور المعنى في الذهن، ويكشف المعمى عند اللبس، وبه يقع الأمر في النفس حسن الموقع، وتقبله فضل قبول وتطمئن به اطمئناناً، وبه يقع إقناع الخصم وقطع تشوف المعترض".

---

(١) "مهاراتك الشخصية" ، الجزء الثالث، عادل محمد العبد العالي (٣٠).

والمثال ما هو إلا وسيلة لتقارب وجهات النظر عجز البيان وحده عن إيصالها، وعليه فإن دقة المثال أمر مهم للغاية وإلا انقلب الموقف إلى تخطئة للمثال ودفاعاً عنه، وبعدها يسقط الموضوع الأصلي في دوامة النسيان.

ومن ذلك: قول النبي a : «**أرأيتم لو أن نهراً بباب أحدكم يغتسل منه كل يوم خمس مرات، هل يبقى من درنه شيء؟**»، قالوا: لا يبقى من درنه شيء، قال: «**فذلك مثل الصلوات الخمس؛ يمحو الله بهن الخطايا**». رواه البخاري ومسلم.

a **الإقناع من خلال اللقاء الشخصي، "فلقد أظهرت التجارب الميدانية والعملية** أن الاتصال الشخصي وبالمواجهة أكثر مقدرة على الإقناع من أنواع الاتصال الأخرى، وأنه كلما ازداد الطابع الشخصي للوسيلة الإعلامية زادت قدرتها على الإقناع، فالاقتناع وحصول التأثير على المتلقي يبرز أكثر مع الاتصال الشخصي.

Û ويحدد بعضهم أسباب ذلك في عدة أمور، منها:

Ã أن الاتصال الشخصي يسمح بتبادل للأفكار من ناحيتين، والمتلقي تحصل له فرصة أكبر في تمحيص المعلومات المقدمة له، وعدم قبولها بمجرد عرضها وتقديمها.

Ã أن الاتصال الشخصي قد يكون له فعالية أكبر في مواجهة أية معارضة للفكرة من جانب المستقبل أو رفضها.

وما ذكر هنا يتعلق بغالب الناس؛ إلا أنه مع بعض الأشخاص قد ينقلب الاتصال الشخصي إلى جدال عقيم؛ وبخاصة مع المعاندين منهم.

a **الإقناع بالقصة المؤثرة، ويلحظ المتأمل للقرآن والسنة النبوية** ذكر عدد من القصص بأسلوب يشد الانتباه، ويتخلل ذلك الدعوة إلى أخذ الدروس والعِبر منها.

ومن أمثلة ذلك: قصص الأنبياء السابقين، والصالحين، وأصحاب الكهف وغيرهم.

? القصص تعمل بأربع طرق:

C تستولي القصص على انتباه المستمعين؛ إذ إنها مثل الفلم المؤثر بشخصياته.

C تبسط القصص الأفكار المعقدة، وتجعل الأفكار المجردة أفكاراً ملموسة.

C تمس القصص العاطفة لدى المستمعين؛ بشكل أفضل من مجموعة الحقائق الخالية من أي عاطفة.

C **إن القصص قابلة للتذكر ؛ إذ إن القصة الحية تبقى في ذهن المستمع لفترة طويلة.**

ومع ما ذكر ينبغي التنبه إلى أن ينطبق مغزى القصة على واقع الأمر أو النهي ويؤيده، فالعبرة والدروس المأخوذة منها هي بحد ذاتها إقناعاً قوياً، كما أنه من الأهمية بمكان أن يتناسب طول القصة مع ما يستفاد منها.

a **الإقناع بالترهيب والتخويف** من أكثر الدوافع الإنسانية قوة في الإقناع: التخويف، ولكن بما هو حقيقي الأثر والعاقبة.

"وعلى الرغم من ذلك؛ فإن اللجوء إلى دافع الخوف لا ينجح دائماً في التأثير، إذ إننا جميعاً نشاهد الحملات الكبيرة التي تحذر من أخطار شرب السجائر وتعطي المخدرات؛ فضلاً عن مخاطر عدوى الإيدز؛ إلا أن عدداً هائلاً من الأفراد استمر في التدخين، وتعاطي المخدرات، وممارسة الرذيلة.

ولكي ينجح اللجوء إلى التخويف، لا بد أن يلبي أربعة شروط:

P **لا بد أن يقتنع المتلقي بإمكان التهديد بسهولة.**

P **لا بد أن يقتنع المتلقي أن الإجراء الموصى به سينجح.**

P **لا بد أن تخيف المناشدة بالفعل الأفراد الذين يراد إقناعهم.**

P **لا بد أن يقدم الشخص المقنع توصية معينة على كيفية التغلب على الخطر.**

G فن صُنع فكرة رائعة[1] G

لكي تصبح الفكرة منتجاً رائعاً يمكن تسويقها وترويجها بكل براعة ونجاح:

١- تمييز الفكرة (المنتج): ويمكن لنا أن نميز الفكرة بعدة أساليب وطرق، منها:

E **التأكيد على المنافع والحرص عليها،** وكذلك على أبعادها المختلفة المذكورة قبل قليل.

E **وضع مسمًّى معين لهذه الفكرة،** وعلامة لها.

E **تثبيت صورة ذهنية عن الفكرة؛** تربط بينها وبين مفاهيم يحبها كل الناس؛ كالسعادة -مثلاً-، أو النجاح، أو الراحة، أو الطمأنينة، أو القوة، أو غير ذلك، ويمكن أن يتم ذلك عبر شعارات أو قصص مناسبة.

E **تقديم الفكرة في وعاءٍ من الخصوصية،** بدلاً من العمومية.

E **تمييز الفكرة بتمييز مقدمها، أو تمييز الفكرة بتمييز متلقيها،** فهذه الفكرة لا يقدمها إلا المختصون العارفون، وهذه الفكرة لا يتلقاها إلا المتميزون الحكماء.

E اجعل **الناس يشترون الفكرة بدلاً من أن تبيعهم إياها،** أي: لا تهن فكرتك بعرضها إلا بعد طلبها، وتبقى مهارتك في تحفيز المتلقي لطلبها.

E **سهولة تطبيقها والحصول على نتائجها الضخمة،** فكرة مضمونة النتائج، ومجربة، وفعالة؛ بخلاف غيرها.

٢- بيان أبعاد ومنافع الفكرة:

" **أعط الفكرة أبعاداً ومنافع في السلوك[2]:**

يميلُ بعض الناس إلى اعتبار أن أي فكرة لا قيمة لها ما لم يكن لها أثر في السلوك أو تطبيقات سلوكية؛ مما يؤكد على مسوق الفكرة أن يجعل لها تطبيقاتها وآثارها في السلوك؛ حتى لا يُفهم أن الحديث مجرد فلسفة باردة ليست عملية ولا واقعية.

---

(١) "سوق فكرك"، د. عبد الله بن سالم باهمام، (ص٧٧).

(٢) المصدر السابق، (ص٧٦).

" **أعط الفكرة أبعاداً ومنافع في الواقع:**

فرؤية نماذج واقعية؛ سواءً كانت عالمية أو محلية لتنفيذ الفكرة، أو عدم تنفيذها، وآثار ذلك على حياة الناس وواقعهم تعطي لنا معان أخرى للفكرة، وأبعاداً أخرى لتسويقها.

" **أعط الفكرة أبعاداً ومنافع أخرى:**

فكلما ازدادت المنافع المقدَّمة ازدادت أهمية الفكرة، وقابلية المتلقي لتلقيها، وأهمية الفكرة تكون على قدر أهمية المنافع التي تستطيع إضافتها للفكرة، وأيضاً على قدر كثرة أبعاد تأثير منافع الفكرة.

G **وهنا سؤال مهم يطرح نفسه:** هل من الممكن أن نضع أبعاداً اقتصادية وسياسية واجتماعية ونفسية وتربوية لأفكارنا؟

ميز منافع الفكرة وأظهرها:

يميل بعض الناس إلى جعل كل الأفكار متشابهة من أوجه كثيرة ويُركِّز على هذا التشابه؛ مما لا يجعل لأفكارنا ميزة عن الأفكار الأخرى، وقد أثبت التاريخ أن ما يراه الناس متشابهاً يمُكن تمييزه بأي شيء حتى يبقى له قوته ورونقه وبهاؤه، فالناس يحبون التميز، ويرغبون في أن يتلقوا الأفكار المتميزة؛ لأن الناس المتميزون يتبنون أفكاراً مميزة، والناس المهمون يتبنون أفكاراً مهمة، والعاديون يتبنَّون أي أفكار.

G **ويبقى هنا السؤال:** هل يوجد أحد في الدنيا ينظر إلى نفسه على أنه رجل عادي في كل مجال؟!

الخلاصة:

D **حدد الفكرة وميزاتها.**

D **اسأل نفسك ما هي منفعتها الرئيسة؟**

D **ما الهالة أو الصورة الذهنية التي ستضعها على الفكرة؟**

تسعير الفكرة[1]

Å ماذا نعني بسعر الفكرة؟

نعني بسعر الفكرة: القيمة التي سيدفعها من تبنى الفكرة واقتنع بها، ولا توجد في الدنيا فكرة ليس لها قيمة، سواءً كانت القيمة مالاً، أو ثناءً، أو جهداً، أو وقتاً، أو جاهاً، أو غير ذلك.

Å **يا ترى ما هي تكلفة الفكرة؟**

يُعد وضع سعر لأي منتج عملية صعبة جدّاً وشائكة في الوقت نفسه، فما بالك إذا كان المنتج هو الفكرة؟!

وقرارات السعر من القضايا الاستراتيجية في التسويق، ويجب أن تتناسب مع أهداف وسياسات التسويق، وقد يُعبر عنه في التسويق بألفاظ مختلفة؛ مثل: رسوم، أو أجور، أو عمولة، أو أقساط، أو ضريبة، أو... أو... إلخ، ويبقى التسعير في القضايا الفكرية من أعقد القضايا وأكثرها حاجة إلى فهمٍ عميقٍ للنفوس والمجتمعات والواقع.

Å **ويمكن الحديث عن تسعير الأفكار في عدة محاور:**

الفكر ذات التكلفة العالية عادة ما يكون تسويقها أقل، فإذا كانت الفكرة التي تطرحها نفيسة وغالية؛ فإن من يتبناها يحتاج إلى أن يقدم ضريبتها أو رسومها الغالية، فعند ذلك يجب أن توقن أن عدد من سيتلقاها أقل، وعد ذلك يمكن القول:

يا سلعة الرحمن لست رخيصة	بل أنت غالية على الكسلان
يا سلعة الرحمن ليس ينالها	في الألف إلا واحد لا اثنان
يا سلعة الرحمن سوقك كاسد	بين الأراذل سفلة الحيوان

الفكرة ذات التكلفة العالية تكون أرفع قيمة في النفوس، فالنفوس الكبيرة تأبى أن تشتري الأفكار الرخيصة أو حتى تلقيها، بل إن علامة الفكرة التافهة: أن قيمتها رخيصة؛ ولذا يحرص المسوقون دائماً على رفع قيمة المنتج؛ حتى يشتريه بعض الناس.

تتناسب تكلفة الفكرة مع الشريحة المستهدفة؛ لذا فسعر الفكرة وضريبتها يحدد الشريحة

---

(١) "سوق فكرك"، د. عبد الله بن سالم باهمام، (ص٧٩).

المستهدفة من ورائها، فعلى ضوء الشريحة المستهدفة يُقرر سعرها وكلفتها.

. **وهنا يطرأ علينا سؤال مهم:** هل من الأفضل تخفيض قيمة الفكرة لدى المتلقي لقبولها؟ أم رفع قيمة الفكرة ليشعر بأهميتها؟

. **يبدو أن الإجابة على مثل هذا السؤال** ترجع إلى المضامين الاستراتيجية للفكرة وأهدافها، فهل المقصود: القبول الأولي والابتدائي؟ أم التوثيق والتعميق؟

¥ وعموماً يُفضل رفع قيمة الفكرة في كل من الحالات التالية:

© إذا كنتَ متأكداً من قبول المتلقي للفكرة.

© إذا كنتَ تريد أن ترفع من قيمة الفكرة لدى المتلقي.

© إذا كنتَ تريد أن تبهر الناس بالفكرة.

© إذا كنتَ تريد أن تخاطب فكرتك نخبة وشريحة معينة من المجتمع.

© إذا كنتَ تريد التأكد من جدية متلقي الفكرة في دفع قيمتها.

‹ ويُفضل تخفيض قيمة الفكرة في الحالات التالية:

¤ إذا كنتَ تريد أن تسهل على المتلقي اتخاذ قرار قبول الفكرة.

¤ إذا كنتَ تريد أن تجعل فكرتك فكرة جماهيرية شعبية.

¤ إذا كنتَ تريد للفكرة أن تمُهد لقبول أفكارٍ أخرى.

¤ إذا كنتَ تريد قبول مبدئي للفكرة.

✦ كيف تخفض من تكلفة الفكرة؟ وآثار ذلك؟

✧ ركِّز على آثارها ومنافعها، وابسط الحديث في هذا الموضوع وفصِّله.

✧ ابسط في الحديث وقلل من تكلفتها، وحاول أن تختصر في الحديث عن هذا الموضوع، وتكلم عنه بإجمال.

✧ أكِّد بأن هناك أناساً كثيرين قبلوها وتبنَّوها واستحسنوها، وليس نخباً معينة فقط.

˜ كيفَ تزيد من قيمة الفكرة؟ وآثارها؟

š اذكر ضريبة وتكلفة تبنيها مباشرة؛ فليست المسألة مجرد كلام فقط، بل هناك ضريبة سوف تدفعها، سواءً كانت من مالك، أو من وقتك، أو من راحتك، بل حتى يمكن

أن تكون من دمك وروحك.

š اذكر أمثلة على تكاليف عالية للفكرة، سواءً بذكر أمثلة سابقة لمن تبنى مثل هذه الفكرة، أو بذكر أمثلة مستقبلية متوقعة، أو بقصص رمزية، أو ما شابه ذلك.

š أكِّد على أنه لا يتبنى مثل هذه الفكرة إلا من يتصف بمواصفات عالية، وتأكد- إذا كنت مسوِّقاً ماهراً وبارعاً- من أن المواصفات التي في فكرتك هو يحبها، وتجعله يتحرك من الداخل.

الفكرة الغالية الرخيصة؟! المهمة السهلة؟!

m وهنا سؤال مهم: هل من الممكن أن نجمع بين منافع رفع قيمة الفكرة وبين تخفيض قيمتها في فكرة واحدة.

r والإجابة: أنه يمكن ذلك لمن وفقه الله لذلك، ولمن التجأ إليه، واستخدم فكره وجهده وعقله وخبرته؛ إذ الأمر يحتاج إلى جهدٍ وذكاء وتوفيقٍ من الله، ويمكن الإشارة إلى ذلك بالنقاط التالية - وإن كانت القضية تحتاج إلى مهارة عالية كما أسلفنا، فإنها تحتاج إلى توفيق من المولى ﷻ.

ومن هذه النقاط:

- **ارفع قيمة الفكرة في مواضع، وخفّض من قيمتها في مواضع أخرى**، بما يتناسب والحالة أو الموقف.
- **ارفع من قيمة الفكرة أو خفِّضها حسب رؤيتك لحركة الفكرة لدى المتلقي؛** فللقبول الأولي خفِّض الفكرة، ثم ارفع من قيمتها في نفسه برفع قيمتها تدريجياً مع رفع وتيرة التحفيز، ثم أخبره أن من هم مثله من السهل عليهم دفع هذه القيمة.
- **ارفع وخفَّض من قيمة الفكرة لمخاطبة مختلفة الشرائح بأسلوب جميل وهادئ ولطيف ومتزن**، واحذر من أن يكون أسلوبك أسلوب هدمٍ وتنفير لأي شريحة.

القادة والمبدعون عادة همُ الذين يستطيعون أن يرسلوا وسائل ترفع من قيمة الفكرة وتخفَّضها في وقت واحد، ويتم ذلك بأمور منها:

١ - **مخاطبة الوعي واللاوعي**، - وسيأتي الحديث عن ذلك - في وقت واحد.

٢- بالضرب على أوتار التناقضات البشرية الفكرية والشعورية.

٣- **التحفيز المتتالي**؛ حتى أثناء عرض التكلفة، وبالإيحاءات المتتالية المتناقضة بما يتناسب مع تناقضات النفس البشرية.

٤- وغير ذلك كثير.

وعموماً هذا مجال تعجز عن وصفه مثل هذه الأسطر، ويمكن إدراكه لمن نظر في سير الأنبياء والمصلحين.

تطبيق عملي لتسويق الأفكار على (التسعير):

- **ما الفكرة التي نتجت من تطبيق أفكار (المنتج)؟**
- **مَن الشريحة التي تستهدفها من الفكرة؟**
- **حدد تكلفة الفكرة؟**
- **هل سترفع من قيمتها أم ستخفِّض؟**
- **لماذا سترفع أو ستخفض من قيمة الفكرة؟**
- **كيفَ سترفعُ من قيمة فكرتك؟**
- **كيف ستخفِّض من قيمة الفكرة؟**

والآن أصبحت فكرتك منتجاً ذا قيمة محددة، ستقدمها للمتلقي بكل أريحية وثقة، وذلك من أجل أن تسوق أفكارك ببراعة.

G مكان ووقت الفكرة (التوزيع)[1] G

أين ومتى تُقدّم الفكرة؟ وما القالب الذي ستقدم فيه؟

معلومٌ أن المكان والزمان المناسبين يعطيان الفكرة الوضوح والقوة والتركيز، وربما يسلبانها معناها أو حقيقتها، ولذا يجب أن يختار الشخصُ المكانَ الذي سيقدم فيه فكرته، كما يجب أن يختار القالبَ الذي سيصوغها فيه، والقناة أو الوسيلة التي سيقدمها من خلالها؛ فالمعاني كما تأخذ معناها من الألفاظ التي تصاغ بها تأخذ معناها من المكان والقالب الذي تقدم فيه، والوسيلة التي بها تقدم؛ لأننا نحن الذين نعطي الأشياء معانيها من خلال تفاعلنا مع البيئة حولنا؛ لذا يقول الله ﷻ: ﴿وَقُل لِّعِبَادِي يَقُولُواْ الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنزَغُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا﴾ [الإسراء:٥٣].

في زخـرف القـول تزيـنُ لبـاطلـهِ ... والحقُّ قد يعتريـه سوءُ تعبيرِ
تقـول هذا مجاج النـحـل تـمدحـه ... وإن تشأ قلت ذا قيء الزنابيرِ
مدحًا وذمًّا وما جاوزت وصفها ... والحق قد يعتريـه سوء تعبيرِ

معايير اختيار المكان الذي يناسب لتقديم فكرتك:

ì **التأكد من مناسبة المكان والحضور للأفكار من القضايا المهمة التي ينبغي أن نراعيها، وأن ننتبه لها،** ولذلك يقول عبد الله بن مسعود ﷺ: "ما أنت بمحدِّثٍ قوماً حديثاً لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة". «صحيح مسلم».

ì **ليس كلُّ الناس يصلحون لسماع كل الأفكار والآراء التي تطرح؛ حتى ولو كانت صائبة وجميلة ونافعة،** فالناس لا يستوون أبداً، لما حدَّث النبيُ ﷺ معاذ بن جبل ﷺ بحديثٍ قال معاذ: يا رسول الله! أُبشر الناس؟ فقال له النبي ﷺ: «**لا تُبَشِّرهم فيتَّكِلُوا**». متفق عليه، ومعنى: "يتَّكلوا": أي: يتركوا العمل ويتَّكلوا.

Â اختيار قناة توزيع الفكرة، وعوامل الاختيار:

كما ذكرنا سابقاً بأن الأفكار تأخذ معناها من السياقات التي تصاحبها، والقناة أو

---

(١) المصدر السابق.

الوسيلة التي ستُقدِّم من خلالها أفكارك تُؤثر على معنى الفكرة وطبيعتها.

فهل ستقدَّم فكرتك من خلال حوار ونقاش؟ أم خلال خطبة جمعة؟ أم من خلال دورة تدريبية؟ أم من خلال برنامج تلفزيوني أو إذاعي، أم من غير ذلك..؟ ولا شك أن لكل قناة ووسيلة من هذه الوسائل ميزاتها كما أن لها عيوبها، وبقدر توافق ميزات الوسيلة مع طبيعة الفكرة بقدر النجاح في التسويق، فالأفكار الجماهيرية يغلب عليها أنها تناسب أن تطرح في الأماكن الجماهيرية، وبالوسائل الجماهيرية، وبقالب جماهيري، فكل فكرة لها مكانها وقالبها ووسيلتها الأنسب لها، فعند استخدام الوسائل الجماهيرية في الجلسات الخاصة، أو الأساليب الشخصية في اتصال جماهيري عند ذلك يحدث كثير من الخطأ.

هل تضع وسطاء لفكرتك؟ من هم الوسطاء؟ هل ستسوق أفكارك بنفسك؟ أم ستبحث لها عن مؤسسات أو أشخاص ليسوقوها لك؟ يبقى من الطبيعي أن تسوِّق أفكارك بنفسك، وإن كانت أفكارك ستكون محدودة التأثير؛ فإلى أي مدى ستصل أنت ويصل تأثيرك، وبالتالي تصل أفكارك؟

وعموماً يُفضَّل عدم استخدام وسطاء في الحالات التالية:

- **إذا كنت تخاف من تحويل أو تعديل الفكرة، لعدم فهمهم لها.**
- **إذا كان لا يمكن أن يعبر عن هذه الفكرة غيرك.**
- **إذا كان تدخُّل أحد غيرك في الفكرة سيعطيها لوناً ومعنىً آخر.**
- **إذا كنت تريد أن تعطي للفكرة أهمية وميزة معينة.**

ويُفضَّل استخدام وسطاء في الحالات التالية:

- **إذا كان المقصود والهدف مقصوراً على نشر الفكرة.**
- **إذا كانت الفكرة قابليتها للنشر كبيرة.**
- **إذا كنت قائداً متميزاً، تستطيع تحريك الناس وتوجيههم ليسوقوا أفكارك بكفاءة.**
- **إذا كنت في بداية المشوار، ولست معروفاً لدى الناس، ولا في السوق، وتريد استخدام وسيطاً مسموع الكلمة.**

G ووسطاء الأفكار أنواع[1] G

من حيث التبني:

2 **هناك وسيط متبني لفكرتي لنقلها وإشهارها،** ومثل هؤلاء يُشترون ويُدفع لهم الغالي والنفيس؛ فهم يعتبرون فريقي الحقيقي، وهم نفسي التي تتحرك.

فيجب الكرم معهم، والصبر عليهم، حتى لو اختلفت معهم في قضايا الوسائل وغيرها.

2 **وهناك مُتبن للفكرة وغير متبن لنقلها،** ومثل هذا يحتاج إلى تحفيز من أجل تبني نقل الفكرة، ويحتاج إلى معرفة الأسباب المانعة من نقل الفكرة وتسويقها، فقد يكون يرى أنه لا فائدة من نقل الفكرة؛ إمَّا لقناعةٍ شخصية لديه بعدم قبول الناس لها، أو لعدم قدرته هو على توصيل وتسويق الفكرة، ولذا يأخذ تحفيزه اتجاهات مختلفة؛ سواءً بإقناعه بنجاح تسويق الفكرة؛ ولو على المدى البعيد، وبنجاحه هو في تسويقها، ومساهمته المتميزة في ذلك، والاستمرار في رفع روحه المعنوية.

2 **وهناك غير مُتبنٍ للفكرة، ومُتبنٍ لنقلها،** ومثل هذا يستحسن ألا يُضم لفريق التسويق حتى يتبنى الكفرة، وإن كان لا بأس من الاستفادة منه في بعض الأمور، لكن بشرط ألا تحسب عليَّ تصرفاته لو ضممته لفريقي، وجعلته وسيطاً لي.

2 **والأخير وسيط غير مُتبنٍ للفكرة وغير متبنٍ لنقلها،** ومثل هذا لا يصلح أن يكون وسيطاً أصلاً.

من حيث القدرة على النقل والمهارة في ذلك:

- **ناقل ماهر وجيد للفكرة،** ومثل هذا إن كان مُتبن للفكرة؛ فهو يعتبر أنفس من الألماس والذهب المصفَّى.

- **ناقل غير جيد أو غير ماهر في تسويق الفكرة،** فهو يحتاج إلى تدريب وتأهيل مني، وكل تدريب وتأهيل له يكون رفع لقدراته، وبالتالي يكون هناك نقل وتسويق أفضل لأفكاري.

من حيث المصداقية:

, وسيط ذا مصداقية، ورجل معروف لدى الناس والمجتمع.

---

(١) المصدر السابق.

و وسيط ليس ذا مصداقية؛ سواءً عرف بالكذب، أو لم يعرف.

فإذا استطعت أن تجد المتبني للفكرة ولنقلها وذومصداقية، فتمسك به؛ فهو الراحلة: «**الناس كإبل مائة، لا تكاد تجد فيهم راحلة**» كما قال ﷺ. رواه ابن ماجه.

وهؤلاء قد يكونوا -أحياناً- أفضل منك؛ حتى في نقل أفكارك أنت!!

ومن سعادة المرء وفرحته الغامرة: أن يجد مثل هؤلاء، بل إن من علامات المصلحين المؤثرين القادة: قدرتهم على جمع عدد كبير من هؤلاء الأقوياء حولهم، فإذا لم تجد من يمتلك كل هذه الصفات؛ فاختر من يمتلك من الصفات ما يتناسب مع الفكرة.

فليس من العقل استخدام وسيط ليس عنده مصداقية في وقت يتطلب فيه الأمر مصداقية عالية.

وعموماً على قدر قوة القائد تجد حوله من الوسطاء الأقوياء؛ فكوكب المشتري على سبيل المثال له اثنا عشر قمراً بخلاف كوكب الأرض؛ فليس له إلا قمرٌ واحد، فالقائد القوي يجمع حوله قادة، والقائد الضعيف يجمع حوله أتباعاً.

تطبيق عملي لتسويق الأفكار على (التوزيع):

m ما الفكرة التي نتجت من تطبيق الفكرة (المنتج)، صُغها بصياغة تدل على تكلفتها (السعر)؟

m أين ستُقدم الفكرة؟

m ما وسيلة تقديم الفكرة؟

m هل ستستخدم وسطاء وموزعين للفكرة؟ لماذا؟ ومن هم؟

m ما مواصفات وسطائك؟

من حيث التبني. # من حيث القدرة والمهارة. # من حيث المصداقية.

m هل لديك خطة لتحريكهم في نشر الفكرة؟

G التلقي بوعي وبدون وعي[(١)] G

ليس كل الأفكار الموجودة لدي أو لديك مرَّت بقناعة كاملة منا قبل أن تصبح أفكارنا.

فالمعلومات التي تصل إلى العقل ترجع إلى أربع أصناف:

١- **معلومات عرضت على الوعي ووافق عليها،** وهذه تؤثر في الإنسان ولا شك، وهذا هو الإقناع.

٢- **معلومات عرضت على الوعي وتشكك فيها،** وهذه تؤثر في الإنسان بمقدار قناعته بصحة المعلومات.

٣- **معلومات عرضت على الوعي فرفضها،** وهذه لا تؤثر في الإنسان، أو تؤثر تأثيراً عكسياً.

٤- **معلومات عرضت على الوعي؛** فلم ينتبه لها، ولم يمحصها، فنفذت إلى العقل الباطن للإنسان، وتأثر في الإنسان من غير أن يشعر؛ لأنها تعدت مرشحات العقل، ونفذت إلى الأعماق.

وافتراض المنطقية والعقلانية والوعي في كل تصرفات الناس غير صحيح البتة، بل المسوق الجيد يعتمد على أن المتلقي يتلقى بعض معلوماته بوعي، وكثير من معلوماته بلا وعي!

فنحن لا نحب أو نأكل -بالضرورة - ما نحن مقتنعون أنه أفيد، ونحن لا نكره -بالضرورة- ما نعتقد أنه مضر لنا، بل كثير من التصورات التراكمية في النفوس ترجع إلى أمور أفكار غير واعية، فقد أكون أعرف فساد فيلم ثم أستمتع بمشاهدته، وأعرف سوء صاحب أستمر في مصاحبته، وأعرف أن ثمن الذل أكبر من ثمن العزة؛ وأستمر أتجرع كأس الذل، وذلك لأنه قد تسربت لعقولنا أفكار برمجتنا على ذلك، ولو بدون وعي منا!

برمجة العقل غير الواعي:

G لها أساليب مختلفة منها:

q التكرار. q والإيحاء. q والتخيل.

---

(١) "سوق فكرك"، د. عبد الله بن سالم باهمام، (ص١٤٧).

كما أن من أساليب برمجة العقل بدون وعي:

- استغلال العواطف الحادة -الحسنة والسيئة على حد سواء-.
- والأصحاب والأصدقاء.
- والشخصيات المؤثرة.
- والبيئة.
- والانتماءات المختلفة.

قابلية الإيحاء:

الإيحاء هو: محاولة جعل الناس يقبلون اعتقاداً أو فكرة دون تقديم مبرر واضح أو منطقي للقبول، وهو أحد وسائل التأثير بدون وعي من المتأثر، وكل الناس لديهم قابلية للإيحاء، وإن كانوا يختلفون في مقدار هذه القابلية.

وللإيحاء مفعول السحر في الناس إلا أنه سحرٌ حلالٌ؛ «فإن من البيان لسحراً»، ويقوم الإيحاء على تسلل مفاهيم إلى داخل الشخص من غير أن يعي ذلك، ويدخل تحت القسم الرابع، وهي المعلومات التي عرضت على العقل، ولم يمحصها، ولم ينتبه لها، وله تراكيب لغوية معروفة عند أصحاب علوم اللغة، ويدرسها أهل الاختصاص في الإعلام، وعلم النفس وفي البرمجة اللغوية العصبية، وفي التنويم... وغيرها من العلوم.

ومفعولها السحري يرجع إلى أنها تتجاوز العقل والمنطق؛ لتؤثر تأثيراً مباشراً.

ويستخدم الإيحاء في أحوال وأوقات مختلفة، فنحن نراه ونسمعه في الإعلانات، وفي الأحاديث السياسية والدبلوماسية، وفي إداراتنا، وفي وسائل الإعلام المختلفة، وفي كل مكان تقريباً.

وعندما يستخدم الإيحاء باحتراف يعطي نتائج أقوى وأعمق، ومن وسائل الاحتراف في الإيحاء تعزيزه بالأمور التي تساعد على قوة تأثيره، ومنها:

- **لا تصادم العقل والوعي والمنطق.**
- **استخدام تراكيب لغوية قوية الإيحاء، وهذا علم يدرس ويعلم.**
- **استخدام مؤثرات بصرية وصوتية وحسية عالية الكفاءة.**
- **يزداد تأثير الإيحاء إذا كان الناس في حشد؛ لأنه تنخفض تصوراتهم الخاصة إلى أدنى حد.**
- **يزداد تأثير الإيحاء بالعواطف الجياشة القوي؛ فالعاطفة تغلف الفكرة بغلاف**

يجعلها تمر وتنفذ بسلام إلى أعماق الإنسان.

✖ كلما زادت قدرة الفرد على الإيحاء ازدادت قدرته على تسويق الأفكار، فليس المنطق هو كل الحياة.

G اختلاف الناس حسب عمق التحمل للفكرة[1] G

فالناس ليسوا درجة واحدة، ولذا عند تسويق الأفكار يحتاج المسوق إلى أن يعرف مستوى عمق تحمل الفئة المستهدفة لتسويقه، فالناس درجات؛ فمنهم:

- **من لا يفهم الأفكار، ولا يتأثر بها، ولا يؤثر فيها،** وإنما هم تابعون لغيرهم جملة وتفصيلاً.
- **المراقب الذي يراقب الأفكار وحركتها وتسويقها،** وينتظر كيف ستحسم المعركة؛ ليتبع المنتصر منهم.
- **الناقل للفكرة المستمع لها،** و«**رُبَّ حامل فقه إلى من هو أفقه منه**».
- **المشارك برأيه، أو جهده، أو ماله، أو جاهه؛** ولو مشاركة يسيرة.
- **الشريك المتبني للعمل؛** الذي تتحول الفكرة إلى حياته، وتتحول حياته لخدمة فكره، وثقافته ودينه.

وعلى المسوق عند معرفة الفئة الأخيرة أن يبذل الغالي والرخيص لكسبها، ورفع درجة تبنيها للعمل، أما من لا يفهم الأفكار والمراقبين؛ فيحسم أمرهم النتيجة النهائية التسويقية، ثم عليه أن يستخدم كل قسم فيما يصلح له وينفع.

تهيئة نفسية المتلقي:

الفكرة نفسها تعرض على الشخص نفسه؛ فيرفضها- أحياناً-، ويوافق عليها أخرى؛ إذ إن للعقل مسارات للتفكير، فإذا سلك مساراً يوصل للموافقة وافق، وإن سلك مساراً يوصل للرفض رفض، ومن هنا تنبع أهمية تهيئة نفسية وعقلية المتلقي لتلقي الفكرة، ومحاولة تحديد المسار الذي ستسلكه الفكرة في عقل المتلقي.

ويتم ذلك بوسائل مختلفة منها:

" ربط الفكرة وقرنها بقضايا محبوبة للمتلقي من أجل أن تسلك الفكرة الطريق نفسه، وتقترن بها المشاعر نفسها.

---

(١) المصدر السابق.

" **البحث عن الملف الأخير أو التصور الأخير الذي لدى المتلقي عن الفكرة،** ومحاولة توظيفه إن كان إيجابيّاً، أو تعديله، أو إلغائه إن كان سلبيّاً؛ إذ إن العادة أن الناس عندما تصل لهم فكرة جديدة يربطونها بشيء سابق؛ سواءً كان سلباً أو إيجاباً، وعادة ما يكون هذا الشيء السابق الذي يرجع له العقل هو آخر شيء مرتبط بالفكرة مرَّ على العقل، ولذا فمن التهيئة: التأكد من أن الملف الأخير إيجابيّاً، ثم تحسينه بعد ذلك، فإن كان غير جيد؛ فيمكن تنشيط ملف أقدم، كما يمكن تحسين الملف الأخير بالنظر إليه من زاوية مختلفة، أو بتغيير إطاره.

" **تقديم مجموعة أفكار أخرى تصلح أن تكون توطئة للفكرة؛ فلو أن أول ما أنزل تحريم الخمر؛** لما تركه الناس، ولكن نزل ذكر الجنة والنار حتى إذا تهيئ الناس نزل قوله سبحانه: ﴿فَهَلْ أَنتُم مُّنتَهُونَ﴾[المائدة:٩١]، فصاح الناس: انتهينا! حتى أريقت الخمر في أزقة المدينة، فما من فكرة إلا وهناك أفكار تصلح مقدمة لها وممهدة الطريق لتقدم الفكرة والعقل مهيأ لها.

" **إثارة كمية كبيرة من المشاعر المرتبطة بالفكرة الموطئة لها، فالمشاعر تطري حدة الفكرة،** وتيسر دخولها إلى عقل ونفسية المتلقي، وتخفف من المواجهة بين وعي المتلقي وبين الفكرة؛ مما يسمح بتمريرها، ودخولها، وتسويقها على المتلقي.

" **وضع المتلقي في جو مشحون بتأييد الفكرة؛ فقابلية التلقي الجماعية أسهل من قابلية التلقي الفردية،** فالجماعية تحيد جزءاً من العقل الشخصي، وتهبه للعقل الجمعي، وبعض الناس لا يمكن أن يتبنَّى فكرة إلا عندما يرى عدداً من الناس أمامه يتبنونها، ويبادرون إليها.

كيف يثار فكر المتلقي؟

إثارة أفكار الناس وتحريكها علم وفن وموهبة، فالناس لا يثارون حتى تُمس دائرة الأمان التي يعيشون فيها، وحتى يشعرون بحاجتهم للخروج من وضع الأمان والركود الذي يعيشونه، عند ذلك فقط تثور ثائرتهم، وتتحرك قواهم.

فكيف يمكن أن نهز ونحرك ونمس دائرة الأمان للناس؛ حتى يتحركوا ويثاروا من أجل تبني الأفكار التي يراد لهم أن يتبنوها؟

P مس أي حاجة من حاجاتهم:

الحاجة	أمثلة
الحاجة لتحقيق الذات	الابتكار، حل المشاكل، تقبل الآخرين
الحاجة للتقدير	تقدير الذات، الثقة، الإنجازات، احترام الآخرين، الاحترام من الآخرين
الحاجات الاجتماعية	الصداقة، العلاقات الأسرية، الألفة الجنسية
حاجات الأمان	السلامة الجسدية، الأمن الوظيفي، أمن االموارد، الأمن الأسري والصحي، أمن الممتلكات
الحاجات الفسيولوجية	التنفس، الطعام، الماء، النوم، الجنس، التوازن، الإخراج

يوضح هرم الاحتياجات الإنسانية (هرم ماسلو): أن الناس لا يتحركون لأي حاجة ما لم تكون الحاجة التي قبلها قد أشبعت، فلا يبحث الجوعى عن الأمن، ولا الخائفون عن الحب والانتماء، ولا يبحث عن الاحترام من فقد الحب والانتماء، ولا عن تحقيق الذات من فقد الاحترام، إلا في حالة أن يذوق طعم إشباع الحاجة الأعلى.

فمن حقق ذاته وشعر باحترام الناس له واحترامه لنفسه يبقى يطلب إشباع هذه الحاجة حتى لو فقد الانتماء والحب، فطعم إشباع الحاجات العليا هو طعم الحياة الكريمة، ومن عاش عيشة كريمة يأبى المهانة أيّاً كان ثمنها، إلا أن ترتيب هذه الحاجات أغلبي، وليس عليه دراسات كافية، وقد يختلف لدى بعض الأشخاص.

وعلى كل الحال؛ فالمقصود: تحديد احتياج الشخص وربط الفكرة بإشباع هذه الاحتياجات عند ذلك يثار نفسيّاً.

P مس القيم الرئيسة لدى الشخص:

فكلما ربطت الفكرة بالقيم الرئيسة لدى الشخص؛ كلما كانت قابلية الإثارة لدى الناس قوية.

فالفكرة الواحدة يمكن أن تعرض على أنها تحدي يجب إنجازه بقوة (قيم القوة، والإنجاز، والتحدي)، ويمكن أن تعرض على أنها فرصة للعطاء، ونشر الحب (قيم الحب والعطاء).

كما يمكن أن تعرض الفكرة أنها طريقة للرحمة والعطف والرفق (قيم الرحمة والعطف)، فمع فكرة واحدة؛ إلا أنه يمكن أن تعرض بأكثر من وجه يتناسب مع قيم المتلقي الرئيسة.

ويمكن معرفة قيم التلقي الرئيسة من: طبيعة حياته، ومن تعبيراته واهتماماته، والمعرفة الجيدة بأحواله، بالإضافة لرفع مستوى اهتمامنا به وبتطلعاته.

P مس القناعات والمعتقدات العميقة:

فلإن كان الإيحاء - الذي تحدثنا عنه سابقاً- يتسلل إلى أعماق النفس بدون صدام مع الوعي ومع المنطق؛ إلا أن مس القناعات والمعتقدات يثير الإنسان، فإن استطعنا جعل الفكرة تحمي هذه القناعات والمعتقدات العميقة؛ فقد استطعنا إثارة المتلقي بشكل كامل نحو الأفكار التي نريد.

كيف يتبنى فكرة؟

إذا أثيرت الفكرة في ذهن المتلقي بشكل جيد؛ فالمرحلة التي تليها: مجموعة من العمليات النفسية والعقلية التي تكون محصلتها قرار تبني هذه الفكرة، ومعرفة هذه العمليات تساعد على تيسير عملها، وعدم قطع تسلسلها، وهذه العمليات هي العمليات التي ذكرت في صراع الفكرة داخل النفس في المدخل التسويقي، وبعد أن تتم هذه العمليات وقبل أن يتخذ القرار.

هناك عدة قضايا تبحث فيها النفس - سواء بوعي أو بدون وعي- ، منها:

C **مستوى المخاطرة، ومستوى الخسائر**؛ لو لم يتم النجاح في تطبيق الفكرة، أو في صحة الفكرة.

C **مستوى النجاحات** التي تحققها الفكرة، ومنافعها في مختلف قطاعات، ومناحي النفس.

C **خط الرجعة لو حدث أي طارئ**، كلما استطعنا تبسيط الأولى في المتلقي، وتضخيم الثانية، وتوضيح الثالثة؛ كلما استطعنا تسهيل اتخاذ القرار.

وعند ذلك يتخذ المتلقي قرار تبني الفكرة، ونكون مسوقين فعالين.

الخلاصة:

ì **النفس البشرية قد تلعب دوراً مهمّاً في عملية تسويق الأفكار**، ومن هنا وجب على المسوقين أن يعزفوا على هذا الوتر الحساس؛ حتى ينجحوا في تسويق أفكارهم.

ì **يعتمد تسويق الأفكار على القدرة على الاتصال بشكل كبير جدّاً**؛ إذ إن تسويق الأفكار يتم عبر الاتصال بين المسوق والمتلقي.

ì **بمقدار قوة القناعة بالفكرة تكون القدرة على تسويق الأفكار**، وبمقدار التشكك في صواب الفكرة بمقدار التخبط في تسويق الأفكار.

والمسوق الجيد للأفكار يجب أن يكون واثقاً من أفكاره، واثقاً من قدراته على تسويقها.

Á **المسوقون كالمتلقين** ليسوا نوعاً واحداً، وإن كانت القدرة على مخاطبة جميع الفئات، وتنمية تلك القدرة من صفات القادة العظماء المؤثرين على مدى التاريخ.

Á **تؤثر** طبائع ونفسيات وأنماط المتلقين على قابليتهم لتسويق الأفكار عليهم.

Á **عند تسويق الأفكار** يحتاج المسوق إلى أن يعرف مستوى عمق تحمل الفئة المستهدفة لتسويقه، فالناس درجات.

N إثارة أفكار الناس تحريكها:

± علم.. © وفن.. ž وموهبة.

دور اللغة في خطابك[1]

لا تستطيع اللغة نقل الأفكار والمعاني بدقة، لأن الأفكار مزيج من الصور الذهنية والأصوات والمشاعر... فهناك تركيب سطحي لها؛ وهو ما يدور في فلكه حواراتنا، وهناك تركيب عميق تحاول الأعمال الأدبية والفنية بلوغه؛ هذا التركيب العميق هو الذي يتضمن الفكرة الكاملة لما يرغب المتحدث في قوله، بينما التركيب السطحي يتم فيه انتقاء بعض المعلومات من مستوى التركيب العميق لتمثل نسخة مُيَسَّرة.

ولو أردنا التحدث عن الفكرة على مستوى التركيب العميق لاقتضى ذلك حديثاً طويلاً جدّاً ومملاً.

وتؤثر طريقة استخدامنا للغة في إدراكنا وفهمنا.

ومن عيوب استخدامنا للغة: التعميم، والحذف، والتشويه.

فعندما يريد إنسان وصف شيء ما قد شاهده من قبل؛ فإنه يستطيع تخيله وتصوره والتعبير عنه لإنسان آخر، بينما هذا الأخير الذي لم ير أصلاً هذا الشيء ولم يثبت له مثالاً في ذهنه، فإنه سيجد صعوبة في تخيّله لعجز اللغة عن نقل المعلومات بدقّة.

دعنا نضرب مثالاً على ذلك: لنفترض أنك تريد وصف حيوان غريب لشخص لم يره في حياته (مثل حيوان الكنغر)، فسوف تعتمد على وصَف هذا الحيوان من خلال الصورة الذهنية التي لديك، ونتوقع أن تنسى جزءاً من المعلومات المتعلقة به، لأنك تعتمد على ذاكرتك، ولنفترض أنه تلقى نصف المعلومات عن هذا الحيوان فقد نقول في وصفه: بأنه أشبه بالغزال، وله كيس يحمل صغيره فيه، ويقفز على رجلين طويلتين عند سيره، وعندما سمعه منك ذلك الشخص نشأ لديه علماً ولكنه لم ير الكنغر ولن يستطيع تخيله بدقة، لكون ما وصل إليه من معلومات غير مكتملة؛ وهذا حال الأشياء المحسوسة..

أما الأفكار المجردة فيصعب نقلها بدقة، كما أن لها مدلولات مختلفة.

فمثلاً: كلمة النجاح لها تركيب عميق ويختلف تفسيرها من شخص لآخر، فقد تعني كلمة

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٦).

(النجاح) للبعض: "الغنى"، وللبعض الآخر: "الزعامة"، أو "الاحترام"، أو "الإبداع"...

إذاً يمكن القول أن اللغة عاجزة عن نقل الأفكار والمعاني بدقة؛ حيث تعمل بمثابة مرشحات إدراكية نعمل وفقاً لها بصورة اعتيادية، فهي تحدد المعلومات التي تَنفُذ إلى أذهاننا.

ويوجد عدد كبير من أنماط (عادات) التفكير التي يطلق عليها البرامج العقلية، ومنها:

2 مرشح البرامج العقلية: يختلف الناس في برامجهم العقلية (أنماط وعادات التفكير لديهم)، فهناك: الإيجابي والسلبي، والمتشائم والمتفائل، والإجمالي والتفصيلي، والمتصل والمنفصل، والاقترابي والابتعادي، وصاحب المرجعية الداخلية وصاحب المرجعية الخارجية، والمطابق والمخالف (والفروقي) (والتشابهي)... إلخ.

ودعنا نشير للمثال الشائع الاستخدام وهو: الكوب المملوء إلى نصفه بالماء، فهل يكون نصفه ممتلئ بالماء أم نصفه فارغ؟ كلا الجملتين صحيحتين، لكن يتوقف الأمر بالنسبة لك على برنامجك العقلي، فإذا كان إيجابي؛ فإنك ستلاحظ ما هو إيجابي وهو الكوب الممتلئ بالماء إلى النصف، في حين أن شخصاً أخر صاحب برنامج سلبي سيلاحظ ما هو مفقود... وهكذا.

وتتسم هذه البرامج بالمنهجية والاعتيادية؛ فهي تقوم -آليّاً- باختيار ما تهتم به من المعلومات.

فمثلاً: الفروقي يركز على الاختلافات ويهمل الأشياء المتشابهة، بعكس التشابهي الذي يركز على أوجه الشبه ويلغي الاختلافات.

وصاحب البرنامج الإيجابي يركز على الإيجابيات في المعلومات التي تنقلها حواسه، ويحذف السلبيات، وعكسه صاحب البرنامج التشاؤمي.

فعلى سبيل المثال: لنفترض أنك قدمت كلمة أو محاضرة وكانت رائعة وشعرت في بدايتها ببعض الارتباك، فكيف تتعامل مع هذه التجربة؟

لو كان لديك برنامج تفكير سلبي؛ فسوف تركز فقط على هذا الارتباك -رغم أنه أمر طبيعي- وتتجاهل النجاح الذي حققته؛ رغم ضخامته، وتتحول تلك الخبرة إلى ذكرى مريرة، أما لو كان لديك برنامج تفكير إيجابي؛ فسوف تركز على ما حققته من نجاح، وتصبح تلك التجربة خبرة إيجابية تزيد من تقديرك لذاتك.

وهذه البرامج العقلية لها دور كبير في إعادة تشكيل المعلومات المنقولة وتفسيرها عن طريق الحواس، وتشكل خريطتك الذهنية حول خبراتك وتجاربك رغم عدم صحة ما توصلت إليه.

2 مرشح القيم والقناعات:

القيم هي المقاييس التي نعتبرها مهمّة، ونُطالب غيرنا بالالتزام بها.

أما القناعات؛ فهي الأمور التي نعتبرها صحيحة -بغض النظر عن مدى صحتها-؛ لكنها بالنسبة لنا صحيحة، فإذا اعتقدت بإمكانية القيام بشيء ما، أو اقتنعت بعدم استطاعتك القيام به؛ فالأمر كذلك، ولا تتطلب القناعة أن يكون الشيء حقيقة، بل إن كل ما في الأمر هو أن تقتنع بصحتها؛ فيكون كذلك بالنسبة لك.

وتعدّ القناعات توقعات ذاتية تتحقق بالفعل، فهي نبوءة تحقق ذاتها، فالفرد الذي يقتنع بأن الحياة مكان خطير مملوء بالتهديدات والمخاطر، فإنه سيجدها حياة مملوءة بالخوف والقلق والإحباط، أما الفرد الذي يقتنع بأنها مملوءة بالجمال والفرح والفرص الكثيرة، فإنه سيجدها كذلك.

وإذا كنت تعتقد بأنك ضعيف لا قيمة لك، فسوف تسخّر سلوكك لإقناع نفسك بذلك فتحطِّم نفسك وتعطل قدراتك.

وأوضح مثال على ذلك هو: دور قناعتك حول قدرتك على الوقوف والتحدث أمام الناس، فقد تُكلّف بتقديم كلمة لكونك مؤهلاً لذلك، فتجدك تتّخذ قرارك - سواءٌ بالقبول أو الرفض - وفقاً لما تعتقده عن نفسك، فإذا كنت تعتقد بأنك غير قادر على ذلك فيكون قرارك هو التهرب من الموقف والاعتذار، وإذا كان اعتقادك بأنك مؤهل وقادر على القيام بهذه المهمّة؛ فسوف تُبادر بالموافقة... فهي قد تدعم سلوكاً ما، أو تمنع حدوثه.

هذه القناعات تشكل -أحياناً- حدوداً وقيوداً تحد من إدراكنا للعالم فنرفض أموراً ونقبل أموراً أخرى وفقاً لقناعتنا بها، وبهذا فإن المعلومات الضئيلة المنقولة عبر الحواس تتعرض إلى التغيير والتشويه من خلال مرورها عبر تلك المرشحات، ولم ينته الحال عند ذلك الحد، بل إن حالتك الشعورية تؤثر على هذه المعلومات، فاستقبالك للمعلومة في حالة الغضب يختلف عن استقبالك لها في حالة الرضا.

ولذا ورد في الحديث الشريف الذي رواه عبد الرحمن بن أبي بكر عن أبيه أنه قال: قال

الرسول ﷺ: «**لا يقضي القاضي بين اثنين وهو غضبان**». رواه ابن حبان.

كما أن التمثيل الداخلي له دور في التركيز على بعض المعلومات دون غيرها.

❁ **فالإنسان البصري: يركز على الصور أكثر.**

❁ **والسمعي: يركّز على ما يسمعه.**

❁ **والحسي: يركّز على ما يشعر به.**

وأخيراً.. فإن للحالة الجسمانية دوراً في التأثير؛ حيث إن استقبالك للمعلومة في حال مرضك يختلف بلا ريب عن استقبالك للمعلومة نفسها في حال صحتك، ولذلك ورد في الحديث الشريف الذي رواه أبو ذر: أن الرسول ﷺ قال: «**إذا غضب أحدكم وهو قائم فليجلس، فإن ذهب عنه الغضب؛ وإلا فليضطجع**». رواه ابن حبان.

وبعد هذا كله؛ فإن خريطتك الذهنية قد تشكّلت وهي بالفعل تختلف عن الواقع، كما أنها تختلف من فرد لآخر، وبذا يتّضح لنا أن تصورنا غير دقيق، فهناك دائماً ما لا نراه، وهذا يتفق مع ما قاله العالم البولندي الفريد كورزبيسكس بأن الخارطة ليست العالم، ولذلك قيل: إن سعادة المرء تعتمد بنسبة (١٠%) على ما حدث له، وبنسبة (٩٠%) على تفسيره لما حدث له.

E **فما تدركه هو أمر اختياري أكثر منه وصف كامل أو حقيقي للواقع.**

فمثلاً: الشخص المصاب بعمى الألوان لن يرى بعض درجات اللون ويكون لديه خريطة ذهنية بعدم وجود درجات اللون الأخرى، ولكن هذا لا يعني عدم وجود هذا اللون في أرض الواقع، وبالطريقة نفسها يختلف إدراكنا وفقاً لخرائطنا التي نستجيب لها.

مثال: تخيل أن ابنك المراهق تأخر في العودة للمنزل عن الوقت المتوقع؛ فستكون مشاعرك سلوكك طوال فترة انتظارك له تعتمد على تفسيرك لسبب تأخره، أي: على الإطار أو المرجع الذي تؤطر به الموقف، فإذا خشيت أنه تعرض لحادث؟ فسوف ينتابك شعور القلق عليه، وسيكون سلوكك الاتصال بزملائه، وإذا تأخر أكثر؛ فربما تتصل بالمستشفيات والشرطة وهكذا...

لكن لو كان الإطار والتفسير لسبب تأخيره هو أنه يعصي أوامرك متعمداً؛ فسوف يسيطر عليك شعور الغضب الشديد، وسيكون سلوكك عندما يعود هو الوعيد والتهديد له، ولربما تطور الأمر إلى الضرب...

وهكذا؛ فإن إعادة تأطير هذا الموقف وتفسيره ليس لهما حدود، وهذا الإطار، والتفسير هو الذي سيؤثر على مشاعرك.

قد تقول: مهلاً! هذا لا يعدو عن كونه كلاماً نظريّاً، وأن القول دائماً أسهل من الفعل، وأنه يمكن ترديد ذلك طالما أن الفرد بعيد عن الحدث... ولكن عندما يصبح الإنسان على المحك، وفي الموقف فيصعب تطبيق ذلك!!

ونرد على ذلك بالقول: أن ذلك يشبه تعلم أي مهارة جديدة؛ حيث تنفَّذ وتدار في البداية بالعقل الواعي، ومع التمرن تتحول تدريجيّاً لتنفذ في اللاوعي وتصبح عادة... وكذلك الحال مع التفسيرات.

G تأثير اللغة (وفقاً للبرمجة اللغوية العصبية - N.L.P)[(١)] G

في منتصف القرن الماضي بدأت البرمجة اللغوية العصبية بالظهور كعلم محدد قائم بذاته في الولايات المتحدة الأمريكية، ويجمع كثير من المختصين على أن من أبرز مؤسسيها ومطوريها هما: رتشارد باندلر؛ وهو عالم رياضيات، وجون غرندر؛ وهو عالم لغويات.

ومن ضمن ما قاما به هو: تحليل أداء العديد من المتفوقين، وبالذات في مجال وسائل التواصل الفعالة، وكان من بينهم أبرز المعالجين الذين استطاعوا إحداث تغييرات جذرية في حياة مرضاهم المترددين عليهم وهما: ملتون أركسون؛ الذي اشتهر في مجال التنويم الإيحائي وقوة التأثير؛ من خلال استخدام اللغة غير المباشرة، وعالم النفس فرجينيا ساتير؛ المعالجة في مجال طب الأسرة، وعالم النفس فريتز بيرلز؛ صاحب مدرسة العلاج المعروفة باسم الجشتالت (Gestalt)؛ والذي حول علم النفس الجشتالتي إلى أداة علاجية.

واستخلص كل من رتشارد باندلر وجون غرندر نموذجين يختصان باستخدام اللغة في التأثير وهما: نموذج اللغة العليا "الما وراء"، ونموذج اللغة غير المباشرة "ملتون".

P أولاً: اللغة العليا (الدقيقة) نموذج «الما وراء»؛ لوجود عدد من المرشحات مثل: (اللغة والبرامج العقلية والمعتقدات والقيم) التي تقوم بالتشويه والحذف والتعميم للمعلومات الواردة من الحواس، وتشكِّل تلك المعلومات المشوَّهة خرائطنا الذهنية وقناعاتنا.

ومن خلال ميلنا إلى تبسيط التجربة والخبرة في محاولة لاستخلاصها نقوم بحذف بعض المعلومات أو تعميمها بحيث نتصور رؤية واسعة وشاملة بناءً على دليل محدود أو تحريفها، وذلك بالتركيز على الجزء الآخر، وهذه العملية تتم بشكل طبيعي وهي مفيدة جدّاً للتعامل مع كم المعلومات الهائل الذي نتلقاه على مدار الساعة.

ولتصحيح بعض هذه الخرائط الذهنية والقناعات واسترجاع بعض المعلومات المهمة والأجزاء المفقودة؛ يلزم التفكير فيها وطرح مجموعة من الأسئلة لفك الغموض، ليعاد ما حُذِف، ويُخصص ما عمِّم، ويُعدَّل ما حُرِّفَ.

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص٢٠٧).

لقد اشتهرت عالمة النفس (فرجينا ساتير) باستخدام أساليب لغويَّة تعيد الشخص إلى توازنه، وتشجِّع العقل الواعي على التفكير، وتساعده في تفكيك القناعات المعوِّقة، كما تجعل العقل الواعي يعمل على الكشف عن المعاني التي يستنبطها الناس من تجاربهم، ومن ثم العَملَ على دحض المعاني المحرَّفة أو المعوِّقة منها.

ويفيد هذا النموذج فيما يلي:

١- **تناسب هذه الأساليب بشكل كبير في الحوار**، وكذلك تمكنك من التأثير في المستمعين؛ إذا كان لديك معلومات مسبقة عن قناعاتهم المخالفة لتوجهك وهدفك.

٢- **تمكنك من جمع معلومات قيّمة عن قناعات الطرف الآخر وقِيمِهِ.**

٣- **يقدم إيضاحاً للمعنى؛ من خلال اتباع هذا النموذج لإطار منهجي بعرضه لسؤال:** ما الذي تعنيه بالضبط؟

٤- **يقدم خيارات جديدة، في حين أن التعميم والتشويه والحذف واستخدام المصادر وقراءة الأفكار** جميعها أنماط لغوية تضع قيوداً، ولذا يفيد هذا النموذج في التعرف على هذه القناعات المقيدة، والعمل على تغييرها.

والجداول الآتية تلخص أساليب التعامل مع القناعات المخالفة؛ وذلك لتغييرها وفقاً لأساليب (فرجينا ساتير)؛ حيث يوضح العمود الأول العبارة التي يطلقها الشخص، والعمود الثاني التشويه المتعلق بالعبارة، والعمود الثالث السؤال المفند للقناعة.

١) التعريف:

سبق أن أشرنا إلى بعض البرامج العقلية التي لها دور في تغيير المعلومات الواردة، وقلنا: إنه يتم التركيز على جزء من المعلومات وتجاهل جزء آخر وفقاً للبرنامج العقلي، وهذا بدوره يخلق معنى مختلف.

وباستخدام هذا النموذج نتمكّن من الكشف عن المعاني التي يستنبطها الناس من تجاربهم، والعمل على تغيير المعاني والقناعات المخالفة.

العبارة	التشويه	السؤال
أنت متضايق مني. أنت لا تشعر بشعوري.	من قبيل قراءة الأفكار ادعاء بمعرفة كيف يفكر الشخص المقابل، أو كيف يشعر.	كيف عرفت ذلك؟ هذا انطباع، وليس حقيقة.
لم تلبُ دعوتي؟ أنت غير مهتم بي.	الربط بين جملتين بطريقة توهم أنهما يعنيا نفس الشيء.	كيف أن عدم حضوري يعني عدم الاهتمام بك؟
لا تصدق من إذا تحدث لم ينظر إلى عينيك.	مجرد اعتقاد، ولا يوجد ارتباط.	ما علاقة النظر بالعين بصدق المتحدث من عدمه؟
هذا هو الخيار الوحيد لتطوير المجتمع.	أحكام غير قائمة على أساس	ما الدليل على ذلك؟
الظلام يخيفني. عندما ترفع صوتك؛ فأنت لا تحترمني. ملاحظتك أشعرتني بالإهانة.	ربط بين سبب وأثر. ادعاء بأن إشارة خارجية تؤثر على الحالة الذهنية.	لماذا؟ ما علاقة رفع صوتي باحترامك؟ ما هو تحديداً القول الذي أشْعَرَكَ بالإهانة؟
عندما تتكلم بهذا الأسلوب؛ فإن ذلك يعني أنك لا تحترمني.	تعميم المعنى استناداً إلى حدث، أو سلوك خارجي.	ما علاقة أسلوبي بعدم احترامك؟
لماذا لا تبتسم أكثر؟	من قبيل الافتراضات المسبقة تفترض أنك لا تبتسم كفاية	ما الذي جعلك تظن أني لا أبتسم بالقدر الكافي؟
هل ستذهب.. الساعة الرابعة، أو الخامسة؟	افتراض مسبق، يعد مثالاً على حيلة طرح خيار غير مهم عليك في حالة قبولك الافتراض الأهم، وهو الذهاب.	ما الذي جعلك تظن بأني ذاهب؟

٢) التعامل مع التعميم:

يقصد به: أخذ شيء واحد وجعله ممثّلاً لمجموعة من الأشياء المختلفة؛ فهو مفيد، لأنه يغنينا عن تكرار القيام بأشياء معينة، فمعظمنا لا يقول ما يعنيه بشكل دقيق؛ لأنه يغفل الأمور فيحولها إلى صورة أكثر تعتيماً، فلا يذكر الاستثناءات وإلا أصبحت الأحاديث طويلة جدّاً ومملّة؛ ولهذا يتم التدخّل هنا لتوسيع الحدود، وبدلاً من التعميم المطلق نبدأ بالتفكير في المشكلة، وتحديد السبب.

العبارة	التعميم	السؤال
لا أحد يعلم ماذا يجري. أنت لا تهتم بي أبداً.	أدوات التعميم والحصر: جميع، أبداً، دائماً، كل.	لا أحد! ولا واحد؟ أبداً؟ ولا مرة؟ أوجد مثال معاكس.
إنني لا أعمل أي شيء بشكل صحيح.	تعميم عام.	هل كل أعمالك لا تؤديها بشكل صحيح على الإطلاق؟
يجب أن أحضر الزواج.	أدوات الضرورة والوجوب: من قبيل القيود: يجب- يلزم - علي - من الضروري.	ما الذي سيحدث لو لم تحضر؟ وما الذي سيحدث إذا حضرت؟
لا أستطيع التحدث أمام عشرة أفراد.	صيغ الإمكان: قيود تصنعها قناعات المرء. أستطيع، لا أستطيع، ممكن، مستحيل...	ما الذي يمنعك؟ بما أنك تستطيع التحدث أمام ثلاثة.. إذاً يمكنك التحدث أمام أي خمسة أفراد مهما كانوا، ويمكنك التحدث مع عشرة أفراد.
لم أستطع الرفض.		ماذا سيحدث إن رفضت؟ ما الذي يمنعك من الرفض؟

٣) الحذف:

وفقاً للبرنامج العقلي؛ فإنه يتم حذف بعض المعلومات، والتركيز على جزء منها؛ مما يؤدي إلى إيجاد معنى وقناعات مخالفة للواقع، وعن طريق الأسئلة يتم استرجاع بعض المعلومات المحذوفة، فالتدخل يتم لتغيير القناعات المخالفة، ونقضها من خلال جمع المعلومات المحذوفة واستخراجها عن طريق توجيه أسئلة مفتوحة؛ وفقاً للجدول الآتي:

العبارة	المحذوف	السؤال
هذا الخطيب أفضل. هذا البائع أفضل. هذا العامل أفضل.	عدم تحديد البائعين، أو الخطباء، أو العمال الذي هو أفضل منهم.	أفضل ممن؟ نبدأ بالتحديد (هناك مَن لم تسمعهم، أو تتعامل معهم..).
قيل لي...	مصدر القول.	من قال ذلك؟
إن الاحترام والنظام من أساسيات التطور.	تحويل الفعل إلى مصدر؛ مما يؤدي إلى حذف كثير من المعلومات.	مَن يحترم مَن؟ ما المقصود بالتطور؟
أشعر بالخوف.	نوع الخوف والوقت.	أين؟ ومتى؟ ومع مَن؟ وممن؟
إنه يهملني... إنه يهينني.	تحديد الإهمال أو الإهانة.	كيف يهملك؟ كيف يهينك؟
لا يوجد اتصال.	كلمة عامة غير محددة.	كيف يمكننا أن نتواصل؟
لقد ازداد الوضع سوءاً.	مقارنة خفية.	أسوأ من ماذا؟

P ثانياً: اللغة غير المباشرة (نموذج ملتون):

وعلى العكس من النموذج السابق؛ فإن هذا النموذج يقوم على اللغة غير المباشرة، وعلى التعميمات والغموض وعلى اقتراح البدائل، فعندما تستخدم لغة غير محددة في التواصل مع المتلقي؛ فإن ذلك يتيح له استخدام خياله وإعمال وعيه لاستكمال ما هو ناقص في هذا التواصل؛ مما يؤدي إلى التواصل مع العقل الباطن مباشرةً من خلال إرسال الدلالات والمضامين.

فالمعلومات التي ترد إلينا؛ إما أن يستقبلها العقل الواعي، ويخضعها للتفكير والتمحيص؛ فيقبلها، ثم تخزن في اللاوعي؛ فتؤثر فينا، ونستجيب لها استجابة واعية.

وإما أن يتم رفضه؛ فلا تؤثر فينا، أو تَنْفُذْ المعلومات مباشرةً للعقل الباطن دون مرورها بالعقل الواعي، وهذه تؤثر تأثيراً غير مقصود، ونستجيب لها استجابة غير واعية.

وهناك طرق لإزاحة العقل الواعي تتمثل في: استخدام عبارات عامة مطاطة، واستخدام المصادر في الحديث، مما يعني: حذف كثيرٍ من المعلومات، أو من خلال إملال الوعي أو بتحميله بمعلومات أكثر مما يحتمل، أو بالتشويش عليه، أو بإشغاله بالقصص ذات الفجوات التي تجعل الواعي يفكر في استكمالها؛ فيتنشَّط العقل الباطن، وعندها يكون الطريق سالكاً لإرسال الرسائل إليه، وهذا هو ما يتم استخدامه في أساليب الدعاية والإعلانات التجارية التي تعمد إلى إشغال الوعي لتمرر رسائلها إلى العقل الباطن.

كما تعد الافتراضات المسبقة والمقارنات طرق فاعلة لاستثارة العقل الباطن.

وفيما يلي أمثلة تبين هذا النموذج:

١ـ الافتراضات المسبقة: عندما تفترض شيئاً بشكل مسبق؛ فإنك تعطي إيحاء للطرف الآخر بأنه هو مَن سيقرر، بينما في حقيقة الأمر أنت تطرح خيار غير مهم عليه في حالة قبوله الافتراض الأهم.

فمثلاً قولك: هل ترغب في طباعة التقرير الآن أم غداً؟

فهذه العبارة تفترض مسبقاً بأنه سيطبع التقرير، وتترك خيار تحديد الوقت له.

مثال آخر: وأنت في نفق المشكلة ترى المخرج بعيداً.

ففي هذه الجملة يتلقى العقل الباطن إمكانية وجود حلّ للمشكلة.

ومثال ثالث: هل تدرك السعادة التي أنت فيها؟

افتراض بأنك في حالة من السعادة.

٢- استخدام المصادر: المصدر اسم مجرد لا يحمل تصويراً، فعندما يستخدم المصدر في الجملة؛ فإنه يتم حذف عدد من المعلومات؛ لأن الأفعال تترك، وهذا ينشط العقل الباطن؛ لأن العبارة عندما تكون عامة وغير محددة بدقة لا تتصادم مع خبرة الطرف الثاني، فالمعلومة تمر دون تحليل؛ ولذا يقوم العقل الباطن باستنباط المعنى.

٣- عامل الإمكان والرغبة: فهذه العبارات تعطي الطرف الآخر جواز وإمكانية القيام بشيءٍ ما بلا إجبار أو إكراه، وبذا يستجيب لك أو على أقل تقدير يفكر فيه.

ومثال ذلك قولك: ربما تريد أن تكون متحدثاً مميزاً أو خطيباً بارعاً، وربما تريد كل ذلك (جميعها تقود للنتيجة نفسها).

ومثال آخر: ربما تريد أن تذهب الآن، أو ربما بعد قليل، أو ربما بعد خمس دقائق.

٤- الفرضيات: وفيها يتم طرح أسئلة لا تتطلب من الآخر الإجابة، لكنها تتطلب استجابة، وهي تشبه الافتراضات المسبقة.

ومثال ذلك قولك: هل يمكنك إيصالي إلى العمل؟

فليس المقصود المعنى الحرفي المتمثل في قدرته البدنية على إيصالي، وإنما المقصود: طلب القيام بذلك.

ويوضح الجدول الآتي بعض أساليب ملتون أركسون:

الأسلوب	العبارة
سياقات خفية	إذا قلت لكم: إن الإلقاء المتميز هو طريقك للنجاح.
الربط غير المعهود	(عندما، بينما، بما: أنه يمكنك) أنت جالس هناك تنجز أعمالك، وتتمتع بالراحة. يمكنك الاستماع والبدء بالشعور بالراحة.
الربط الضمني	في الوقت الذي تفكر فيه فيما أقول؛ ستستمتع بمزيد من الراحة. بينما تجلس، وتستمع لي، وتشاهد اللوحة، وتستمتع بالراحة. عندما تسمع صوتي يمكنك البدء بإرخاء العضلات.
السبب والتأثير	(بسبب، يجعل) مجرد وجودك هنا سيحقق الفائدة. سماعك لصوتي يجعلك ترغب بالاسترخاء.
فرضيات محادثة	تعطي قصة، وتمرر ما تريد عندما يفكر في تذكر القصة. هل يمكنك أن تختار ذكرى جميلة للتفكير فيها؟
حذف الفاعل والمفعول	واستعمال الضمائر، وأسماء الإشارة. كلما كثرت الضمائر غاب العقل.
الأمر الضمني،	قد تكون عبارة ذات نبرة خاصة عند مقطع معين.

الاقتباس (التشبيه)	ربما تريد أن تكون مهتماً بالتطبيق العملي. هل يريد أحدكم أن يكون أول المتطوعين؟
مجاراة الخبرة الحالية	تجاري شيئاً حقيقياً في اللحظة الحالية، وأنت تشعر الآن بهذا الشعور؛ ربما فكرت في الأمر.
اقتراحات تغطي كل الاحتمالات	يمكنك أن تفعل ما أقول، ويمكن أن تبقى كما أنت، ويمكن أن تقترح أو تفعل شيئاً آخر.
اقتراحات مفتوحة	ربما يكون مثيراً اكتشاف ما يحدث.
الإلزام الثنائي (تلزم بشيئين)	يمكنك اكتشاف ذلك الآن، وقد لا تدركه إلا لاحقاً. ربما وجدت هذا مفيداً، وربما استمتعت به فقط.
الاقتباسات	تريد إيصال معلومة، ولا تريد تحمل تبعتها؛ فتجعلها في اقتباس من غيرك. قول رئيس وزراء تركيا أربكان: «يقولون بأننا سوف نطبق الإسلام، وسوف نجعل تركيا إسلامية» (لم يقل: "إنني سأطبق الإسلام، وسنجعل تركيا مسلمة"، ولكن نقل الرسالة للمتلقّي دون تحمّل مسؤولية قول ذلك).
الأضداد الزوجية	ومن قوله تعالى: ﴿فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا﴾[الشرح:٥]. منه قول الشاعر: ضاقت فلما استحكمت حلقاتها فرجت وكنت أظنها لا تفرج

براعة الحديث:

قام (روبرت دلتس) بإعداد ما يسمى ببراعة الحديث من خلال دراسة عدد من الشخصيات المشهورة في الخطابة والإقناع؛ حيث قام بتحديد التعبيرات اللغوية المؤثرة التي كانوا يستخدمونها، ووضع نماذج لمحاكاتها.

لقد حاول دلتس استخلاص الألفاظ التي لها تأثير على الناس؛ والتي تحدث لديهم تغييرات عظيمة في عمليات الإدراك الحسي والعقلي، وتؤثر في الأسس التي تقوم عليها بعض عمليات الإدراك؛ من خلال توسيع مدارك وخارطة المتلقّي، ونقل تركيزه بعيداً عن قناعته المخالفة، وتعمل

على كسر حلقة الارتباط بين السبب والنتيجة.

وسوف نتطرق لهذه النماذج بشكل سريع؛ حتى يكون هذا المرجع شاملاً لكل ما يدخل ضمن مجاله.

مثال: لدى شخص ما القناعة الآتية (شبكة الإنترنت خطيرة؛ لأنها تسْتَغل للتأثير السلبي في المجتمع)، **وتريد تغيير هذه القناعة.**

فيمكن لك التأثير فيه من خلال استخدام نماذج براعة الحديث الآتية:

ž **النية: يتم توجيه الانتباه وفقاً لهذا النموذج إلى القصد الكامن خلف القناعة الموجودة لدى المتلقي؛ بالقول له**: إني مسرور بتقديرك للعواقب، أو اعلم أن نيتك حماية قيم المجتمع، ولن تستطيعَ حمايته ما لم تعرف كيف تعمل.

ž **إعادة التعريف: وهذا النموذج يقتضي استبدال كلمة أو تعبير في القناعة بكلمة أو تعبير مماثل لها، ولكن له استخدام أو مدلول آخر لتلطيف القناعة.**

فمثلاً: تستبدل كلمة: "خطير" بعبارة: "غير مسؤول"، وتستبدل عبارة: "تستغل للتأثير" بعبارة: "أثره كبير".

فتقول مثلاً: نعم؛ توجيه الانتباه إلى أثر القناعة، فمن خلال استخدام التطلعات يتم تقوية القناعات ودعمها أو تقويضها.

وبعبارة أخرى: تستعرض جميع العواقب، وتختار من بينها.

مثلاً تقول: التعرف على الخطر المحتمل هو أول خطوة لجعله آمناً.

ž **التخصيص: تفكيك عناصر القناعة إلى أجزاء أو مكونات أصغر؛ لتقويض قناعة ما أو تقويتها.**

مثلاً تقول: بأي شكل على وجه التحديد تؤدي الإنترنت إلى الإضرار بِقِيَم المجتمع؟ أو كيف أن الوصول للمعلومات بسرعة يؤدي إلى التأثير السلبي على المجتمع؟

ž **التعميم: وهو معاكس للنموذج السابق**، إذ يتم بموجبه تجميع عنصر من عناصر القناعة وإدراجه في تصنيف أعلى وأوسع، أو تعميم مكوّنات وأجزاء القناعة إلى مستوى تصنيفي أعلى؛ بحيث يتغير الإدراك؛ فيتم تقويض القناعة، أو تقويتها.

ومثال ذلك: يمكن أن يساء استخدام أي شكل من أشكال المعرفة.

المثال المضاد: وفيه يتم إيراد استثناء يخالف تعميم القناعة؛ فيؤدي إلى تقويضها، أو إيجاد مثال لا يكون السبب مرتبطاً بالنتيجة.

كمثال: من الصعوبة فهم خطورة الإنترنت بينما تفيد كثيراً من الناس في الشراء والبيع، وإنهاء الإجراءات في الجهات الحكومية، والحصول على المعلومات.

ž **التماثل: إيراد علاقة مماثلة لما هو موجود بالقناعة لتقويض القناعة.**

مثال: السيارة والطيارة -أيضاً- خطرة.

التطبيق على النفس: تقييم مدلول القناعة وفقاً للمعيار الوارد في القناعة نفسها، بمعنى: تطبيق المعيار نفسه الذي بنيت عليه القناعة على القناعة نفسها.

مثال: أرغب في معرفة أهمية تمسكك بأسلوب تفكيرك؟ أو أليس من الخطير إطلاق رأي جازم على شيء لم يختبر؟!

ž **إستراتيجية الواقع: الناس عادة يعملون انطلاقاً من مفاهيم معرفية محددة عن العالم ليكوِّنوا قناعاتهم،** وغالباً ما تكون لا واعية، ومن خلال تطبيق هذا النموذج؛ فإنه يتم مقارنة القناعة بالواقع لتعزيزها أو نقضها.

مثال: كيف تستطيع أن تعرف أن الإنترنت لا تؤدي إلى الإضرار بِقيم المجتمع؟ أو ما هي معرفتك بالإنترنت؟ كيف بالتحديد تؤثر الإنترنت سلبيّاً؟

ž **نموذج العالم: وفيه يتم تأييد نموذج مختلف -أي تأييد وجهة نظر شخص آخر أو قناعات أخرى-؛ لخلق خارطة ذهنية، وتصور مختلف للموقف.**

مثال: معظم شعوب العالم المتقدّمة حضاريّاً تستخدم الإنترنت.

ž **الإطار البعيد: تقيِّم القناعة من مضمون القناعة نفسها، أي بتأسيس قناعة حول القناعة.**

مثال: ربما أنت مقتنع بأن الإنترنت يساء استخدامه؛ لأن لديك صعوبة في معرفته.

تغيير حجم الإطار: وفيه يتم إعادة تقييم القناعة في إطار زمني أطول، أو أقصر، أو من

زاوية معينة، أو لعدد أكبر من الناس.

كمثال: التقنية المستقبلية ستعتمد كثيراً على الإنترنت، وستنجز الأعمال مستقبلاً بالإنترنت، وسيتم الاستغناء عن الأوراق فيما يسمى بالحكومة الإلكترونية.

تسلسل المعايرة: وبموجبه يتم إعادة تقييم القناعة وفقا لمعيار أو لمقياس أكثر قوة أو أهمية من المعيار الموجود في القناعة.

مثال: فكِّر في الإحساس بالأمان الذي ستحصل عليه عندما تعرف استخدام الإنترنت، أو معرفة الحقيقة حول تأثير الإنترنت أكثر أهمية من منعها، أو الأفضل تعليم الناس حول العواقب ليتمكنوا من الاختيار، بدلاً من تقرير أنها ستؤثر فيهم.

نتيجة أخرى: يتضمن الانتقال إلى هدف آخر يختلف عن الهدف الموجود في القناعة؛ وذلك لتحويل الانتباه عن القضية.

ليس السؤال هو عن خطورة الإنترنت، بل السؤال هو لماذا تستخدم بشكل سلبي؟ أو هل يستخدمها الناس بطريقة مفيدة؟

أنماط المستمعين[1]

لعلك تدرك من خلال تجاربك السابقة أن أذواق الناس وتفضيلاتهم مختلفة ومتنوعة، فقد تروى قصة مؤثرة تشد كامل انتباه فرد ما، بينما هذه القصة نفسها تكون مملة لفرد آخر، ويستجيب شخص ما لرسالة معيّنة في حين لا يستجيب لها آخر.

فلماذا هذا الاختلاف؟

عندما تحدثنا عن الخريطة الذهنية إلى وجود عدد من المرشحات والبرامج العقلية، وأنماط التفكير وعاداته التي لها دور كبير في تنظيم الخبرات والتجارب وتلقّي الرسالة وتغييرها وتعديلها والتحكم فيما نوجه إليه انتباهنا وطريقة فهمنا لخبراتنا وتجاربنا.

وأشرنا كذلك إلى أن منافذ العقل على العالم هي الحواس الخمس، ويختلف الناس في تفضيل حاسة على أخرى، وهذا الاختلاف يسري -أيضاً- على البرامج العقلية؛ بحيث يمكن القول أن كل فرد يختلف عن غيره في طريقة معالجته للبيانات الواردة له عن طريق حواسه الخمس.

إن أحد الأخطاء الشائعة بين المتحدثين هو: تصنيف الحضور وكأنهم على نمط واحد، والاعتقاد بأن ما يقنع المتحدث نفسه ويؤثر فيه سوف يحدث التأثير نفسه في المتلقي.

وهذا وهم كبير! فالناس خليط من أنماط مختلفة ومتنوعة، وما يشد نمط ويؤثر فيه، قد لا يؤثر ويشد نمط آخر، والناس لا يستجيبون للمنبه نفسه بالاستجابة نفسها.

وسنحاول فيما يلي توضيح الأنماط الغالبة للحضور التي ينبغي عليك أخذها بعين الاعتبار عند إعداد حديثك؛ حتى تضمن التواصل مع أكبر عدد منهم:

أولاً: الأنظمة التمثيلية:

سبق الإشارة إلى أن منافذ العقل على العالم هي: الحواس الخمس؛ التي من خلالها تُجْمَع المعلومات من العالم الخارجي.

ولكل حاسة من هذه الحواس ما يقابلها من نظام داخلي كالمرآة، ويختلف الناس فيما بينهم من حيث الاعتماد على حاسة معينة وتفضيلها بشكل أكبر على بقية الحواس، ويكون تأثيره بالمعلومات

---

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص١٥٩).

المستقاة عن طريق هذه الحاسة أكبر من بقية الحواس.

ü **صحيح أن كل واحد منا يستخدم هذه الحواس**؛ إلا أن كل فرد يفضّل حاسة على غيرها، أو نظام غالب على ما سواه.

ويقسم المستمعون وفقاً لعلم البرمجة اللغوية العصبية إلى ثلاثة أنماط تسمى: "الأنظمة التمثيلية"، وفق الآتي:

O **١ - النمط الصُّورِي (البصري): وهذا النمط من الناس يميل إلى رؤية العالم من خلال الصور**، وترتبط عملية التذكر لديهم بتجسيم الصور، ويحبذون التفكير بالصور، ويتمكن بسهولة من تصور الأشياء، ويخزنون المعلومات الواردة له كصور.

ويمكن التواصل مع هذه النمط، والتأثير فيه، وبناء ألفة معه من خلال استخدام نظام التعبير البصري، مثل: الصور، ووسائل الإيضاح، واستخدام الكلمات الصورية، والكلمات التي تعبر عن الأشكال، والألوان، والقصص، والأمثلة، والتشبيه، وتصور الموضوع.

O **٢ - النمط السمعي: ويفضل هذا النمط الاستماع ويهتم كثيراً باختيار الألفاظ**، ويتميز حديثهم بالإيقاع، ويعتني بما يقول، يطرب للصوت وتنويعه، ويمتلك أذن حساسة جدّاً، وينزعج عند التحدث على وتيرة واحدة، ويخزن المعلومات الواردة له من الخارج بأوصاف كلامية سماعية، ويمتلكون القدرة على إعادة معظم ما يقال لهم.

وللتأثير في هذا النمط والتواصل معه واستمالته: عليك استخدام بعض الكلمات السماعية، واستغلال طاقات الصوت من خلال تجنب الحديث ذي الإيقاع الرتيب؛ وذلك بتنويع نبرة الصوت، وتغيير معدل إيقاع الحديث، والتشديد على بعض المقاطع المهمة لتمييزها عما قبلها وعما بعدها.

O **٣ - النمط الحسي: وتكون استجابتهم بشك أكثر للمشاعر.**

ويمتاز هذا النمط بأنه عاطفي، يعتمد كثيراً على الأحاسيس والمشاعر، ويتجاوبون مع ردود الفعل الجسمانية واللمس، ويرتبط التذكر عندهم بالحركة، وينصب اهتمامهم على كيفية الإحساس بالأشياء.

ويمكن التواصل معهم من خلال استخدام خطاب المشاعر، وإظهار العاطفة والمشاعر؛

كالبكاء في مواقف الحزن، والألم والغضب في المواقف الداعية لذلك، والحماسة.

ويوضح النموذج الآتي النظم التعبيرية، وفقاً للأنظمة التمثيلية:

الكلمات والعبارات التي تدل على النظام الغالب على الفرد:

النمط الصُّورِي (البصري)	النمط السمعي	النمط الحسي
o يستخدم -غالباً- مفردات ذات صلة بحاسة البصر، مثل: يشاهد، ينظر، يظهر، يرى، يعض، ينير، يتخيل، يتصور، رؤية. m مثال لعباراته: أرى هدفك، أريدك أن تلقي نظرة على...، لا أتصور أنه... يبدو لي في منتهى الوضوح، في ضوء.	o يستخدم -غالباً- مفردات ذات صلة بحاسة السمع. m مثل: يسمع: ينصت، يتناغم، سكوت، يرن، نغمات مثل لعباراته، أسمع ما تقول، ينصت باهتمام، يعبُر بوضوح، يدعو إلى.	o يستخدم -غالباً- مفردات ذات صلة بالمشاعر والأحاسيس مثل: شعور، إحساس، معاناة، خشن، ناعم، سرور، حزن، غضب، خوف. m مثال لعباراته: عديم الإحساس، يسيطر على نفسه، هل تفهم ما أقول، يحتفظ بهدوء أعصابه، لا أحب... لست متأكداً، نظرة عميقة
o يقول بشار بن برد: كأن مثار النقع فوق رؤوسنا وأسيافنا ليل تهاوى كوكبه ˜ مفردات بيت الشعر عبارة عن صور مجسمة تشد انتباه هذه النمط .	o يقول أبي القاسم الشابي: ودمدمت الريح بين الفجاج وفوق الجبال وتحت الشجر وأطرفت أصغي لقصف الرعود وعزف الرياح ووقع المطر ˜ المفردات هنا كلمات سماعية.	o يقول المتنبي: وأمر مما فر منه فراره وكقتله أن لا يموت قتيلاً ˜ المفردات تحمل كتلة من المشاعر والأحاسيس، وتشد انتباه النمط الحسّي.

مثال توضيحي لوصف فندق :

النمط الصُّورِي (البصري)	النمط السمعي	النمط الحسي
رائع المنظر، يطل على حديقة ذات أشجار وأزهار، وتستطيع رؤية الطيور بألوانها الزاهية. وبهو الفندق عبارة عن تحفة فنية. أما الغرف فذات ألوان متناسقة مع الأثاث واللوحات...	يمتاز بموقعه في حي هادئ وشارع قليل الضوضاء. وتستطيع من نافذة غرفتك سماع أصوات تغريد الطيور وحفيف أوراق الأشجار وخرير المياه في النوافير المحيطة به. وسوف تحصل على الهدوء والسكينة.	أول ما تشعر به هو الدفء في حجراته، وكذلك في تعامل العاملين فيه. وسوف تشعر بالفخامة منذ دخولك إلى البهو، وتحس بالراحة في أَسِرَّته المريحة وتنعم بالنوم والاسترخاء بالتمدد عليها.

ثانياً : أنماط الناس وفقاً للنشاط والتفكير :

لكل إنسان مدخل يغلب عليه، ويمكن التأثير عليه من خلاله، ويستجيب وفقاً له، ومن ثَمَّ يسهل تغييره وإقناعه.

وينقسم الحضور إلى ثلاثة أقسام :

أ- النمط الفكري :

يعتمد هذا النمط من الناس على عقولهم في اتخاذ القرارات، ولا يقتنعون إلا بالأدلة العقلية والمنطقية والاستشهاد بالبراهين والإثباتات والإحصاءات وأقوال العلماء.

ب- النمط السلوكي :

يحتاج هذا النمط من الحضور إلى تقديم البرامج العملية والخطط والممارسة ولغة الحركة حتى يستجيب ويتأثر.

جـ - النمط الشعوري :

وأصحاب هذا النمط يعتمدون على مشاعرهم وعواطفهم في اتخاذ القرارات، ويستجيبون للحديث الحماسي المشحون بالعاطفة.

ثالثاً: البرامج العقلية، وعادات التفكير:

تختلف تفضيلات الناس للطرق التي يستجيبون إليها وفقاً لأنماط وعادات التفكير لديهم.

إن استجابتك لمحفز معين يختلف عن استجابة شخص آخر، على اعتبار أن البرامج العقلية أو أنماط التفكير تعمل على توجيه التركيز والانتباه، وتكون بمثابة مرشحات لما تراه، وتسمعه، وتحس به.

وهناك العديد من البرامج العقلية التي لها علاقة بشد انتباه الحضور والتواصل معهم، ومنها:

١- برنامج الإجمال والتفصيل: يميل أصحاب البرنامج الإجمالي إلى التركيز على الصورة الكلية، وعلى العموميات وتصور الفكرة ككل والاتجاه العام، ويفضلون رؤية النظام أو الحديث بصورته الكلية؛ ليتمكنوا من تحديد موقعهم ودورهم فيه.

وللتأثير فيهم ينبغي تقديم الصورة الكلية للحديث، ولذا ننصح دائماً بأن يلي المقدمة ما يسمى بجدول الأعمال؛ وهو توضيح محاور حديثك أو كلمتك، كما أن تقديم الملخص الذي يلي متن الحديث يعتبر -أيضاً- تواصلاً مع أصحاب هذا البرنامج.

أما أصحاب برنامج التفصيل؛ فهم ينشَدُّون إلى التفاصيل والخطوات، ويجدون صعوبة في تصور الموضوع بالكامل ولديهم القدرة على إقامة روابط بين الأجزاء، ولضمان استمالتهم فإنه يجب عليك تقسيم متن الحديث إلى أفكار محدودة وتوضيحها وتقديم التفاصيل والخطوات والأمثلة التوضيحية لكل فكرة.

٢- برنامج الاقتراب (المندفع) والابتعاد (الحذر): ينقسم الحضور من حيث الدوافع والحوافز إلى قسمين:

فبعض الأشخاص يتحرك ويتحفز بالثواب والمكافأة، وآخر يتحرك خوفاً من الألم والعقوبة،

ولذلك فإن القرآن الكريم ذكّر الناس بالثواب تارةً، وبالعقاب تارةً أخرى، وعليك أن تستخدم هذا الأسلوب فتلجأ إلى ذكر الإيجابيات المترتبة على قيام الحضور بتنفيذ ما تريده بالتركيز على تحقيق الإنجازات والمكاسب المتحققة للتواصل مع أصحاب برنامج الاقتراب.

أما أصحاب برنامج الابتعاد؛ فإنهم يلاحظون ما يتجنبونه ويحرصون على التخلص مما لا يحبون، ويخشون الألم والعقوبة، ولذا عليك إيراد السلبيات المترتبة على امتناع الحضور من القيام بما

هو مطلوب منهم وابحث عما يحتاجون إلى تجنبه، واشرح ما قد ينجم من مشكلات.

وبعبارةٍ أخرى: احرص على أن تتطرق في حديثك إلى ذكر الإيجابيات والمكاسب وفي المقابل السلبيات والخسائر لضمان التواصل مع كل النمطين.

وفي حديثك حاول أن تأخذ بعين الاعتبار مخاطبة هذه الأنماط؛ بحيث تقدِّم لكل نمط ما يناسبه لضمان التواصل مع الجميع.

وبذا يتضح لك أن أنماط الناس مختلفة، وما قد يؤثر في نمط منهم ليس بالضرورة أن يؤثر في نمط آخر، مما يستدعي أن يكون حديثك منوعاً بما يضمن التواصل مع أغلب أنماط الحضور.

ملخص نموذج الأنماط

النمط	أسلوب التواصل معه
البصري	الاستعانة بوسائل الإيضاح، وتفعيل لغة البدن، وتقديم أمثلة تصور الوضع، واستخدام مفردات صورية.
السمعي	تنويع الصوت، والتشديد على المقاطع المهمة، وتغيير معدل سرعة التحدث، وتغيير نغمة الصوت، واستخدام مفردات سماعية.
الحسي	إظهار العاطفة والحماسة والتفاعل مع الموضوع، واستخدام مفردات ذات صلة بالمشاعر والأحاسيس.
الفكري	تقديم الأدلة العقلية والمنطقية، والاستشهاد بالبراهين والإثباتات والإحصاءات وأقوال العلماء.
السلوكي	تقديم البرامج العملية، والخطط، والممارسة، ولغة الحركة.
الإجمالي	تقديم جدول الأعمال بعد المقدمة، وتلخيص الحديث بعد المتن وقبل الخاتمة.
التفصيلي	تقسيم الموضوع إلى أفكار محددة، وشرح كل فكرة من هذه الأفكار، وتوضيح الخطوات، وتقديم التفاصيل.
الاقترابي	التركيز على الإيجابيات وما سوف يتحقق.
الابتعادي	التركيز على السلبيات وما يترتب من نتائج غير مرغوبة عند عدم القيام بما يطلب.

G نفسية المتلقي[١] G

طبائع ونفسيات وأنماط المتلقيين:

تؤثر طبائع ونفسيات وأنماط المتلقين على قابليتهم لتسويق الأفكار عليهم.

ويمكن توضيح ذلك بذكر بعض الأنماط، وأثرها على قبول الأفكار:

معيار التقسيم	الأنماط	مواصفات النمط	كيف تُسوق له الأفكار
ما يركز عليه في الحياة	الأفكار	يحب النقاش العقلي، والتجريدي، والتخطيط. وقد يبدو بدون مشاعر، وكسول.	ركز على الحجج العقلية، والمنطقية، والإحصاءات. اذكر الأسباب، والنتائج، ووضح الفلسفة والنظرية.
	المشاعر	حساس، ويحب التأكيد على المشاعر ويراعيها. وقد يبدو عاطفي، ولا يحب العمل أو الفكر.	ركز على تأثير الفكرة على المشاعر والعلاقات. وأكد على منافعها لحماية مشاعره والآخرين، ولإسعاده والآخرين
	السلوك	شعلة نشاط، يحب البدء بالعمل، ويرى أهمية الحركة والفعل. وقد يبدو متعجل، أولاً يخطط، ولا يحسب العواقب.	ركز على أن الفكرة عملية لا نظرية، ونحتاج أن نحولها للميدان ببرنامج عملي. واذكر له جزءاً من هذا البرنامج.

(١) "سوق فكرك"، د. عبد الله بن سالم باهمام، (ص١٤٤).

ما يغلب على تمثيله في عقله	صور	يحب الصور، وسريع الحركة والتنفس والكلام. صوته عالٍ، ويستخدم لغة صورية مثل: (أتصور - الرؤية...). لا يحب الاقتراب من محدثه. يكثر من النظر لأعلى، وتحريك يده لأعلى.	ضع للأفكار صوراً مثل: «المؤمن مثل النخلة». ، أو ضع أفكارك في قصة سريعة الإيقاع أو تجريدية رمزية.
	أصوات	يحب الأصوات والنغمات. ومعتدل في الحركة والتنفس والكلام. ويحب التغيير في نغمة الصوت. كما يحب النقاش. ودقيق في اختيار الألفاظ. ويستخدم لغة صوتية مثل: (صوت - قول - طرق - جرس - لكنه..).	قل الفكرة بصوت يناسب محتواها وبتغيير في نبراتها، ناقش في الفكرة وأكثر من الاستشهادات من أقوال المتقدمين والخبراء.

	أحاسيس	يحب الأحاسيس. وبطيء في الحركة والتنفس والكلام. صوته منخفض. ويستخدم لغة حسية مثل: أحس –أشعر- ألمس... يحب الاقتراب من محدثه. يكثر من النظر لأسفل والإطراق برأسه.	أثر الأحاسيس وحول التجريدات إلى محسوسات ضع يده على من يمثل الفكرة أو على آثار الفكرة.
أهدافه، وما يريد	اقترابي	تركيزه على ما يريد، وما يسعى له. ويحب التجريب والتغيير. جريء ومقدام	ركز على منافع الفكرة واستخداماته المختلفة والأهداف التي ستوصلنا إليها والنجاحات التي ستساعدنا على تحقيقها
	ابتعادي	تركيزه على ما لا يريد وما يسعى للهرب منه. لا يحب التجريب، ولا التغيير. حذر متأن	ركز على الحلول التي تقدمها الفكرة لمشاكلنا، وعلى تخليصها لنا من الأوضاع التي لا نريدها، وعلى رفع صفة الجهل والتخلف عنا
طريقة الاتصال	إجمالي	يحب الأوصاف الإجمالية والنظرات الكلية والخطوط العريضة والأقوال الملخصة، ومنها يتعرف على التفاصيل.	اختصر وأجمل، وركز على الأهم، وابتدأ بالأمور العامة

	تفصيلي	يحب المعلومات التفصيلية الدقيقة والأحداث الجزئية ومن خلال كل ذلك يتعرف على الصورة الكلية	فصل، وابتدئ بالتفاصيل الجزئية، وهو سيشكل الرؤية العامة
نظام المرجعية	داخلي	قراره لا ينبع إلا من داخله، يهتم بنفسه وآرائه، قد يكون أنانيا، لا تحركه إلا قناعاته، تأثره بالآخرين ضعيف	أشعره بحريته، وأن الفكرة لن تُفرض عليه. اطلب منه أن يتأمل الفكرة ليقرر بنفسه رأيه تجاهها. أعطه وقت للتأمل.
	خارجي	قراره لا ينبع من داخله. يهتم بآراء الناس. قد يكون تابعاً. تحركه آراء الناس. تأثره بالآخرين قوي.	أكثر من ذكر الشواهد الواقعية والأقوال المؤيدة للفكرة. أسمعه آراء من يؤيدون الفكرة، ووضح له نتائج من لم يستفد من الفكرة.

وكما لا يعني ذكر هذه الأمثلة الحصر -قطعاً -؛ فهو -أيضاً- لا يعني أن الأقسام بينها خط فاصل واضح، بل الكلام وفيها أغلبي، **وهنا يجب التأكيد على عدة نقاط:**

Ã **قد ينتقل الفرد بين الأنماط حسب سياقات معينة،** ولكن يغلب عليه بعضها.

Ã **هذه الأنماط معينة جدّاً في رفع كفاءة تسويق الأفكار الشخصي،** وعند تسويق الأفكار العام ينبغي التعامل مع جميع الألفاظ والتغيير بينها، حتى يعطي لكل فئة احتياجاتها من أجل قناعة كبيرة بالفكرة التي يريد أن يسوقها.

Ã **ينبغي أن يعامل أصحاب كل نمط بأسلوبهم ونمطهم كما في الجدول السابق،** ومع ذلك؛ فإن استخدام النمط الضعيف لدى الشخص يدخل أحياناً بشكل خفي إلى داخل المقابل وبدون شعوره.

ولكن يجب عدم الإكثار منه، وهذا يؤكد على المزاوجة بين الأنماط المختلفة.

G ماهية الحوار[1] G

الحوار من أبرز الأساليب الحكيمة والبليغة في الإيصال والتواصل بين الأفراد والمجتمعات والشعوب المختلفة.

ويهدف إلى إفصاح كل طرف عما لديه من أفكار وآراء؛ ليتم مناقشتها، والوصول إلى الحق عن اقتناع عقلي، وارتياح نفسي، واطمئنان وجداني، ويجعل صاحبه يعيش حياته وهو ثابت وآمن به، ثباتاً لا ينازعه ريب، ولا يخالطه شك، ولا يحوم حوله وهم؛ بشرط توافر جو ومناخ من الحرية والأمان لكل الأفراد.

ويمتاز أسلوب الحوار والجدال في القرآن الكريم باتساع دائرته، ووضوح قضاياه، وشموله، ولعل من الأدلة على ذلك: أن مادة (القول) وما اشتق منها كقال، ويقول، وقل، وقالوا، ويقولون، وقولوا...إلخ، والتي تدل على التحاور والجدال والمناقشة والمراجعة بين الناس، قد تكررت في القرآن الكريم أكثر من ألف وسبعمائة مرة.

فهناك حوارات:

١- بين الخالق ﷻ ومخلوقاته من رسله الكرام.

٢- بين الخالق ﷻ ومخلوقاته من الملائكة المقربين.

٣- بين الخالق ﷻ والشيطان الرجيم. **٤- وبين الأنبياء وأقوامهم.**

٥- وبين الأخيار والأشرار. **٦- وبين الأخيار فيما بينهم.**

تذكر أن المحاور الجيد لا بد أن يكون مستمعاً ومنصتاً جيداً

الخلاف والاختلاف:

الخلاف هو: الاختلاف في الآراء، والذي يمتد إلى المشاحنة والتنافر وربما العراك، وهو مذموم ومنهي عنه.

الاختلاف هو: سنة من سنن الله - تعالى - في خلقه ﴿وَلَوْ شَاء رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلاَ يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ . إِلاَّ مَن رَّحِمَ رَبُّكَ وَلِذَلِكَ خَلَقَهُمْ﴾[هود: ١١٨-١١٩]، ورحمة ربك التي وسعت

---

(١) "المحاور المحترف، آداب ومهارات"، إبراهيم الديب، (ص١٥).

كل شيء شملتهم، ما دام اختلافهم من أجل الوصول إلى الحقيقة.

والاختلاف في حقيقته لا يعني: الخلاف؛ ما دمنا نبتغي منه الوصول للحقيقة، ولأفضل النتائج الممكنة، ولم يصل إلى حد التعصب للرأي أو الشقاق والتشاحن.

أسباب الاختلاف في الرؤى والأفكار والاتجاهات والميول والآراء:

١ - **عدم وضوح الرؤية لموضوع من كل جوانبه**؛ فالكل يدرك الموضوع من الزاوية التي ينظر إليها، وربما ينظر أحدهم من زاويتين أو أكثر، وربما ينظر من هو أوسعهم رؤية للموضوع من جميع زواياه، يقول أحد الحكماء: "إن الحق لم يصبه الناس من كل وجوهه، ولم يخطئوه من كل وجوهه، بل أصاب بعضهم جهة منه، وأصاب آخرون جهة أخرى".

٢ - **التقوقع والتصلب والانكماش والانغلاق والتخلف عن ركب التطور والتغيير.**

٣ - **التعصب للرأي**، ربما لحرص على منفعة خاصة، أو لهوى ما.

٤ - **تفاوت العقول الأفهام**، وبالتالي تفاوت واختلاف مستوى الفهم والاستيعاب للقصة والواحدة.

٥ - **اختلاف الحالة النفسية والمزاجية والذهنية** للفرد الواحد من فترة لأخرى وأثرها على طريقة ومستوى تفكيره، وبالتالي قد يدلي برأيه في قصة ما، وبعد وقت يدلي برأي آخر.

٦ - **اختلاف البيئات والأزمنة والمحاضن التربوية** للأفراد والإنسان ابن بيئته الخاصة (الأسرة)، والعامة (المجتمع).

لماذا الحوار؟

حاجتنا الماسة للحوار أفراداً.. وأسرة.. ومؤسسة.. ومجتمعاً.. وحضارة وأمة:

١ - **كسب حب الآخرين والتواصل معهم**؛ فالمؤمن إلف مألوف، يحب ويتحبب إلى الناس من حوله. والحوار أهم أدوات التآلف والتحبب، وتكوين علاقات طيبة وقوية مع كل المحيطين به في المنزل والمدرسة والعمل.

٢ - **أهم وسائل الاتصال والتأثير في الآخرين**؛ حيث الاتصال المباشر المتبادل، الذي يحقق سرعة التفاهم ويضمن توصيل القيم وتجلية الحقائق أكثر وأفضل وأسرع من وسائل الاتصال والتأثير الأخرى غير المباشرة؛ مثل: (المحاضرة - الخطبة - التلفزيون - الكاسيت - الإنترنت - المقال...).

٣- الإصلاح بين الناس وإشاعة روح الحب والود؛ بما يحقق قوة وتماسك المجتمع، ويضمن السلام والأمن الاجتماعي؛ من خلال تقريب وجهات النظر والتفاهم والتنسيق المشترك.

C «**وتعدل بين الاثنين صدقة**». رواه البخاري ومسلم.

C «**لم يكذب من نمَّ بين اثنين ليصلح**». رواه أبو داود.

C «**من أصلح بين الناس أصلح الله أمره، وأعطاه بكل كلمة تكلم بها عتق رقبة، ورجع مغفوراً له ما تقدم من ذنبه**». رواه الأصبهاني.

C «**ألا أخبركم بأفضل من درجة الصيام والصلاة؟ قالوا: بلى، قال: إصلاح ذات البين، وإن فساد ذات البين هي الحالقة**». رواه أبو داود والترمذي.

٤- تغيير اتجاهات وميول الآخرين؛ من خلال إقناعهم عقليّاً ووجدانيا بمفاهيم ومعان جديدة أو مغايرة لما يؤمنون به ويعتقدونه من خلال الحوار المتبادل القائم على الحجج والبراهين والأدلة المقنعة.

٥- إجلاء الحقائق وإرشاد الناس لمصالحهم، وتعليمهم أمور دينهم؛ بتفسير المبهم والمتشابه، وإبراز الحقائق، والرد على الشبهات.

٦- الرد على الهجوم ورد الشبهات بأسلوب حضاري؛ برد الهجوم بالحوار المقنع الهادف الذي يتناول هذه الشبهات بشكل موضوعي مركز، دونما البحث في أسباب ودوافع هذه الشبهات.

٧- الحفاظ على الحقوق والمصالح؛ حيث إن الحوار هو الأداة الرئيسية في التفاوض في كافة المجالات وعلى كافة المستويات.

٨- حفظ وتوفير الوقت والجهد والمال والدماء، فكم من نزاعات وحروب تم إخمادها ببعض الجلسات الحوارية والتفاوضية؛ حيث تتضح الرؤى والأهداف، ويسعى الطرفان للتقارب قدر المستطاع، وتهدئة النفوس الثائرة بالحوارات الهادفة التي تؤلف القلوب، وتحببها بعضها لبعض.

٩- الارتقاء بالمستوى الحضاري في تعامل الأفراد مع بعضهم بعضاً، واستخدام العقل واللسان أفضل بكثير وأرقى من استخدام اليد والسلاح؛ وحتى المكر والدهاء.

١٠- كسب رضا الله -تعالى- ومحبته وصحبة نبيه ﷺ؛ بالاهتداء بهدي القرآن في استخدام أسلوب الحوار، فلا عجب أن تجد معظم آيات القرآن حوارات متنوعة بين الله -تعالى-

ورسوله ﷺ، أو ملائكته، أو الأنبياء مع أقوامهم، أو حتى مع الكافرين أنفسهم، وكذلك هدي نبي الرحمة محمد ﷺ الذي قدم للبشرية النموذج الأمثل للمحاور الماهر الذي يحنو على محاوره، ويأخذ به إلى نور الهدى برفق ولين.

الأشكال المختلفة للحوار:

D الحوار مع الأهل (الأب والأم والإخوة والأبناء والأرحام).

D الحوار مع الجيران.

D الحوار مع الزملاء (في المدرسة والجامعة والعمل والنادي).

D الحوار مع العملاء (في المؤسسة والسوق).

D الحوار بين أصحاب المعتقد والفكر والاتجاه الواحد.

D الحوار مع أصحاب المعتقد والفكر والاتجاه المعاكس.

D الحوار المفتعل (المرتب والمعد له مسبقاً).

D الحوار المباشر.

D الحوار عبر الهاتف أو الإنترنت.

D الحوار الثنائي.

D الحوار متعدد الأطراف.

D الحوار التلقائي.

D الحوار الناطق.

D الحوار الصامت (بالجوارح دونما اللسان).

أنواع الحوار:

B حوار التعارف. B حوار الاستكشاف. B حوار التفاوض.

B حوار الإقناع. B حوار رد الشبهات. B حوار هجوم.

B حوار التصادم. B حوار العداء. B حوار المنتصر.

B حوار المنهزم. B حوار التناصح والتشاور.

B حوار الملوك والأمراء والمسؤولين.

مقومات المحاور المحترف:

- جودة معالجة النية قبل وأثناء الحوار.
- وضوح الهدف.
- الصدق والإخلاص.
- قوة حمل رسالة الإصلاح.
- دقة الالتزام.
- حسن التناول من القرآن والسنة.
- سعة الأفق.
- الانفتاح وسعة الاطلاع.
- التعلم والتدرب.
- الهمة العالية.
- إعمال العقل.
- تقيم وتقويم الذات (المتابعة والترقي).

مهارات المحاور والمحترف[1]:

١ - سرعة فهم وتوصيف شخصية المحاور، إستراتيجيات التحاور معه.

٢ - قوة فهم واستيعاب موضوع الحوار.

٣ - قوة وتسلسل الحجج والبراهين والأدلة.

٤ - الاستدراج بالمحاور حتى يقر بالفكرة على لسانه.

٥ - تفعيل مفردات البيئة المتاحة لخدمة الحوار.

٦ - حلاوة الحديث وعذوبته.

٧ - تحديد نقاط الالتقاء وتنميتها.

٨ - تصوير الفكرة للطرف الآخر ليقنع بها ويتبناها.

٩ - احذر القيام بدور المفتي الذي يصدر آراء وأوامر تقديرية.

١٠ - التبين والتأكيد من صحة المعلومة وتوثيقها.

١١ - قراءة الحوار الصامت على وجه المحاور.

١٢ - تفتيت الفكرة أو الرأي المخالف أو الشبهة والتعامل معها.

١٣ - تناول فكرة خاطئة وهدمها والقضاء عليها.

١٤ - تفهم ظرف (المكان والزمان والحالة) للمحاور والتكيف معها.

---

(١) "المحاور المحترف، آداب ومهارات"، إبراهيم الديب، (ص٨٩).

R ١٥ - امتصاص الغضب وتفويت فرصة إفساد جو الحوار.

R ١٦ - تقسيم الحوار إلى جولات.

R ١٧ - استخدام الأساليب التدريبية المساعدة.

R ١٨ - مراعاة الفروق الفردية.

R ١٩ - الإنصات إلى المحاور والتفاعل معه.

R ٢٠ - الإحصاء وختم الحوار.

أدوات كشف شخصية المحاور، وتحديد إستراتيجيات التحاور معه :

2 ١ - السؤال المسبق عنه.

2 ٢ - الأسئلة الاستكشافية المتنوعة.

2 ٣- حسن الاستماع أولاً.

2 ٤ - دقة مراقبة سلوكه قبل التحاور وفي بداية وأثناء الحوار.

2 ٥- بداية الحوار بالتعارف - قدر الإمكان - على البيانات والسيرة الذاتية، مع القراءة الدقيقة لما بين سطور هذه السيرة.

2 ٦- محاولة التعرف على ظروفه وحالته النفسية قبل الحوار مباشرة وتبين أثرها عليه.

2 ٧- محاولة التعرف على بيئته الخاصة، وظروف نشأته، وبيئته الاجتماعية التي نشأ فيها، والتي يسكن فيها حالياً، ومستوى رضاه عنها أو عدم الرضا والأسباب.

2 ٨- التحدث في الآمال والطموحات الخاصة.

إستراتيجيات الحوار:

للحفاظ على الجو الهادئ للحوار الذي يصل إلى تقارب الأفكار والآراء؛ إختر ما تراه مناسباً، مع إضافة مقترحاتك:

أنواع الشخصيات	الإستراتيجيات العامة للحوار	إضافات أخرى مقترحة
١ - المثقف العميق الفكر.	التركيز على نقاط الاتفاق، ومحاولة التقارب في آخر الأمر	
٢ - الغامض المركب	حسن الاستماع؛ مع استخدام الأدلة القاطعة	
٣- الأكاديمي البحثي التفصيلي	بحث جوانب التعاون الممكنة، وتبادل الخبرات في حل مشاكل المهنة.	
٤ - الحاد التصادمي	حسن ترتيب الأفكار والأدلة	
٥ - الأمي	امتصاصه والتودد إليه، والثناء على نقاط الالتقاء	
٦- المخالف في الفكر والرأي	الأسئلة الاستكشافية؛ مع الصبر عليه.	
٧- المغرور شديد الاعتزاز بنفسه	جدول أعمال، وتحديد معايير قياس	
٨- المنافس في نفس المجال	جدول لأعمال الحوار، وتوزيع الوقت عليه؛ مع الحسم في إدارة الحوار.	
٩- الهوائي السطحي	تبسيط الأفكار وتجزئتها	
١٠ - الهجومي العدائي	اللين، والاستيعاب، والتركيز على نقاط الالتقاء.	

إستراتيجيات الحوار:

إستراتيجيات عامة، تختص بنجاح الحوار نفسه بشكل عام	إستراتيجيات خاصة؛ حسب نوع الحوار نفسه، وحسب طبعة المحاور وبيئة الحوار
r إقناع الطرف بالجلوس للحوار كوسيلة للتعامل والوصول إلى هدف مناسب. r المحافظة على استمرارية الحوار كوسيلة لبلوغ الأهداف المطلوبة. r لتغلب على المعوقات الحالية والوصول لمرحلة الجلوس للحوار. r استيعاب محاولات الطرف الآخر لإفساد جو الحوار وربما إلغائه. وهكذا كهدف عام؛ المحافظة على وجود حوار هادئ، يمكن معه تحقيق الأهداف الخاصة.	r رد شبهة معينة. r الحصول على أقل سعر ممكن. r الحصول على موافقة بالتعاقد. r موافقة والد العروس. r موافقة مدير البنك على تمويل المشروع. r إقناع الزملاء بالفكرة. r تحييد أعداء معينين. r التشاور من أجل الوصول لقرار السفر أم تأجيله. r استكشاف رأي العائلة في الموافقة على الزواج. وهكذا، لكل عملية حوارية هدف خاص بها.

G الاستماع[1] G

2 الاستماع يشير إلى الجهد الذي يبذله الإنسان للإصغاء أو الإنصات، قال تعالى: ﴿وَإِذَا قُرِئَ الْقُرْآنُ فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنصِتُوا﴾[الأعراف:٢٠٤].

إننا نمارس الاستماع أكثر من الكلام والقراءة والكتابة.

إحدى الدراسات على طلاب المدارس أظهرت:

ž (٥٢.٥%) من النشاط الاتصالي في الاستماع.

ž (١٧.٣%) في القراءة.

ž (١٦.٣%) في الكلام.

ž (١٣.٩%) في الكتابة.

2 تؤكد الدراسات أن مهارات الاستماع أكثر ضرورة للتفوق العلمي من مهارات القراءة.

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص١٧٠).

مراحل عمليّة الاستماع

(١)

الاستقبال (رسالة)

لفظية
كلام مكتوب
كلام مقروء

غير لفظية
صوت / حركة / تعبيرات الوجه

تركيز ← → **ربط**

(٢)
الانتباه
(المرحلة الأصعب)

اهتمام

صوارف لفظية
(اختلاف معاني الكلمات من مكان لآخر)

صوارف ذهنية
(انشغال ذهن المستمع بشيء خارجي)

صوارف طبيعية
(جوع، إرهاق إضاءة، حرارة)

(٣)
التفسير

١ - التمييز بين الحقائق والأداء.
٢ - معرفة المراد من الكتابات أو الكلام.
٣ - ماذا يريد الخطيب من المستمع؟
٤ - هل هو قابل للتطبيق؟

(٤)
الاستجابة

داخلية
(تخزين معلومات)

خارجية
(تغذية راجعة / تطبيق)

الاستماع الجيّد:

R افعل	x لا تفعل
ü الاستماع المتعاطف (اسأل، شجع، دعه يتكلم، لا تقرر نيابة عنه). ü الاستماع للفهم (عند الاستماع للملاحظات، قل قبل المحاضرة لهم ما يريدون). اسأل عن التفاصيل، (طلب الكثير من المعلومات، ترتيب المعلومات). ü الاستماع للتحليل (ابدأ بطلب المعلومات، قيّم، قرر).	O التظاهر بالاستماع (حركات وانفعالات دون إنصات). O الاستماع الدفاعي (لا تستمع، وإنما تجهز الرّد). O الاستماع الانتقائي (لبعض الكلام الذي يهمك). O الاستماع الشكلي (تستمع وتفهم ما يقال، ولكنك لا تحلل الحديث، ولا تنظر إلى ما وراء السطور، ولا تربط مع ما قيل في النقاط الأخرى).

P تمرين:

هل أنت منصت.. أم مستمع؟

ويمكن للإنسان أن يجيد فن الاستماع والإنصات إذا حرص على مراعاة ما تتضمنه الأسئلة التالية:

الرقم	السؤال	نعم	لا
١	من الثابت علميّاً أن سرعة التفكير تعادل أربعة أضعاف الحديث، فهل تستغل الوقت في تقليب أفكارك بموضوعات أخرى أثناء الاستماع؟		
٢	هل توحي للمتحدث أنك تعطيه الالتفات بينما أنت لست كذلك؟		

٣	كثيراً ما يغير المتحدث من ملامح وجهه ونظرات عينه، بل حركات يديه ووضع جسمه أيضاً، فهل تعني هذه الحركات شيئاً بالنسبة لك؟		
٤	هل تستمع إلى الأفكار بالقدر نفسه الذي تستمع به إلى الحقائق؟		
٥	هناك كثير من العوامل التي تساعد في الحكم المسبق على ما سوف يدلي به المتحدث، مثل ملابسه ولهجته وطريقة نطقه، هل تحول هذه العوامل دون اهتمامك واستيعابك لكلام المتحدث؟		
٦	هل تثيرك بعض الأفكار التي لا تتفق مع منهجك في التفكير إلى الدرجة التي تحول بينك وبين الاستماع الموضوعي؟		
٧	إن إرجاع الأثر للمتحدث بين الحين والآخر دليل على الاهتمام والمتابعة، فهل تفعل ذلك؟		
٨	عندما يحيرك ما يدلي به المتحدث، هل تنصرف عنه وتلجأ إلى تكوين رأيك الخاص عن الموضوع؟		
٩	هل تقلب الفكر بموضوعات أخرى أثناء الاستماع للحديث عندما تشعر أن ما يدلي به المتحدث لا يثير اهتمامك؟		
١٠	أعتقد أنه من الأفضل أن أناقش المتحدث في كل نقطة على حدة، ولذلك استوقفه إذا ما تعارضت وجهات النظر بيننا، فهل تفعل ذلك؟		
١١	هل تلجأ إلى تجنب الاستماع عندما تشعر أن المسألة تتطلب منك كثيراً من الجهد والوقت؟		

١٢	إن انشغالي في ترتيب مكتبي لا يؤثر على حرية المتحدث في الإدلاء بأقواله، فهل هذا صحيح بالنسبة لك؟		
١٣	هل تعتقد أن تدوين النقاط التي يدلي بها المتحدث فكرة طيبة دائماً؟		
١٤	هل تنشغل بالربط بين ما يدلي به المتحدث وما تتوقع أن يقوله؟		
١٥	هل تؤثر الأصوات والمناظر الخارجية على حسن سماعك للمتحدث؛ فتستوضحه وتستعيد ما يقول؟		
١٦	في مجال العمل: هل يكفيك الاستماع إلى ما يقوله المتحدث دون الحاجة إلى التعرف على رغباته الداخلية؟		
١٧	على الرغم من أنه يجب أن تؤخذ رسالة المتحدث على إجمالها إلا أنه يجب التمييز بين الحقائق والمشاعر، فهل هذا ما تفعله؟		
١٨	عندما تتعارض وجهات النظر، أكرر ما قاله المتحدث وأشرح له وجهة نظري وأتحاشى مجادلته أولاً، هل هذا ما تحرص على ممارسته؟		
١٩	كثيراً ما يكون للمتحدث طريقة شيقة في الحديث بما يفوت عليّ فرصة متابعة الأفكار الأساسية التي يدلي بها، فهل هذا ما يحدث لك؟		
٢٠	لدي من القدرة ما يمكنني من الجمع بين الإصغاء لمحدثي وإجراء المكالمات الهاتفية، فهل هذا صحيح بالنسبة لك؟		

٢١	لا يجوز السماح للآخرين بالدخول أثناء الاستماع للمتحدث، فهل هذا صحيح بالنسبة لك؟		
٢٢	من حق المتحدث أن يحد من حريتي الشخصية في الجلوس طالما أصغي إليه؟		
٢٣	أعتقد أن تكرار النظر إلى ساعة المعصم وسيلة هادئة لتذكير المتحدث بأهمية وقتي، فهل تفعل ذلك؟		
٢٤	إن الابتسامة طوال فترة الحديث تشجع المتحدث على الاستمرار، فهل هذا حالك وأنت تستمع إلى الآخرين؟		
٢٥	إذا أطال المتحدث في الكلام؛ فإني أطلب منه الاختصار؛ لأن وقتي ثمين.		

O إجابة تمرين:

وهل أنت منصت.. أم مستمع؟

الرقم	الإجابة	السبب
١	لا	المستمع الجيد يقلب الفكرة في نفس الموضوع، وليس في موضوعات أخرى.
٢	لا	المستمع الجيد لا يتظاهر بالاستماع.
٣	نعم	فهذا الأثر الراجع أو المرتد يعبر عن الكثير من المعاني التي قد لا تظهر في الكلام.
٤	نعم	الحقائق لا شك فيها، أما الأفكار ففيها آراء جديرة بالاستماع، ولكننا لا نسلم بها كما نسلم للحقائق.
٥	لا	المستمع الجيد لا يصدر حكماً مسبقاً (وإن كانت هذه الأمور قد تعطيك انطباعاً، ولكن لا تدعها تصل إلى درجة الحكم).

٦	لا	المستمع الجيد يحسن الاستماع؛ حتى للمخالفين له.
٧	نعم	فحركاتك وانفعالات وجهك تعني الكثير، ولكن لا تجعلها سبباً لاستفزاز المتحدث.
٨	لا	إذا لم تفهم فقاطع المتحدث، وقل: أنا لم أفهم هذه النقطة، أو أنا لم أستطع أن أتابع (لا تقاطع لتتحدث، بل قاطع لتفهم).
٩	لا	فلعله سيبني على ما يقوله الآن آراء كثيرة لك في نهاية حديثه.
١٠	لا	بل اترك رأيك وحديثك إلى نهاية حديثه.
١١	نعم	إذا كان الشخص غير مهم بالنسبة لك.
١٢	لا	المستمع الجيد يلتفت إلى محدثه كلياً.
١٣	نعم	هي فكرة طيبة أحياناً وليس دائماً، فهناك مواقف فيها توتر؛ تجعل الكتابة تبدو وكأنها استعداد للرد، وفي ذلك استفزاز للمتحدث.
١٤	لا	من المهم أن تربط وتتوقع ما سيقول، ولكن لا تنشغل بذلك إلى درجة تشتت انتباهك عما يقوله لك المتحدث الآن.
١٥	نعم	من الطبيعي أن الأصوات الخارجية والحركة المحيطة تؤثر على المستمع، ولكن المستمع الجيّد يستوضح ما فاته.
١٦	لا	ينبغي التعرف على ما أمكن من رغباته الداخليّة؛ لأنها قد تؤثر على فهمك الحقيقي له.
١٧	نعم	كما نميز بين الحقائق والأفكار فكذلك نميز بين الآراء والمشاعر (والتي هي عواطف لا رأي فيها ولا حقائق)؛ فالحقائق أولاً، ثم الآراء، ثم المشاعر.
١٨	نعم	كي أتأكد من فهمي الصحيح لوجهة نظره وبناء أساس واضح للرد عليه بوجهة نظرك.
	لا	فرغم أن المتحدث شيق الحديث، ومن الممتع الاستماع إليه؛ إلا أن

١٩		المستمع الجيد لا يشغله ذلك عن متابعة الأفكار الأساسية.
٢٠	لا	فحتى لو كان لك القدرة على ذلك؛ فليس هذا من حسن أدب الاستماع.
٢١	نعم	فعندما تسمع لأحد فأعطه كل وقتك، ولكن منع الدخول مطلقاً قد يكون مبالغاً فيه؛ فأمنع الدخول غير الضروري.
٢٢	نعم	فلا يجوز أن أستمع إليه وأنا مستلقٍ -مثلاً-، فمن حقه أن يطالبني بحسن الجلوس.
٢٣	لا	هذه وسيلة مزعجة وليست هادئة (انظر للجواب ٢٥ لمعرفة طريقة أفضل).
٢٤	لا	الابتسامة طوال الحديث متكلّفة، وكذلك يجب اختيار الوقت المناسب لها، وليس طوال الوقت.
٢٥	لا	فهذا أسلوب فيه إشعار للمتحدث بأنك غير مهتم بحديثه والأفضل من ذلك أن تخيّره (بسبب ضيق وقتك الآن) بين وقت قصير الآن أو وقت طويل لاحقاً (أنا مهتم بحديثك ولكني مشغول جدّاً الآن فهل تفضل أن أعطيك خمس دقائق الآن أو أعطيك ساعة كاملة في موعد لاحق نتفق عليه)، وستجد أن معظم الناس سيختارون الوقت القصير الآن.

" ١- مشاكل شائعة[١]

المشكلة	الحل
المتحدث السابق قال نصف ما عندك	لا تكرر ما قال اختصر كلامك أشر إلى ما قال
المتحدث السابق أطال في الوقت	اختصر انتقل للخاتمة بسرعة
أحد الحضور سألك سؤالاً لا تعرف إجابته	قل: لا أدري. يمكنك أن تعده بالبحث عن الجواب وإيصاله إليه. أوصله إليه فعلاً وإلا فلا تعده.
في القاعة إزعاج شديد.	حاول إيقاف الإزعاج. حاول رفع صوت الميكرفون. إذا لم تتمكن من ذلك اذكر للجمهور أن الإزعاج شديد، وارفع صوتك، واستمر.
تغيّر الموضوع في اللحظات الأخيرة. (يحدث أحياناً لظروف طارئة، أو أحداث مهمة)	لا ترتبك. ابدأ بكتابة النقاط الرئيسية والفرعية للخطبة الجديدة. إذا لم يكن الناس يعرفون الموضوع الأصلي فلا تخبرهم بالتغيير. إذا كانوا يعرفون فأخبرهم بالتغيير باختصار وانطلق لخطبتك.

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٣٠).

تلعثمت أو أخطأت النطق أثناء الحديث.	لا تعتذر. صحح الخطأ واستمر.
تعثرت أو سقطت	قم بسرعة. اضحك أو ابتسم.
بعض الجمهور أساء إليك أو لا ينتبه رغم محاولتك	العالم مليء بالسيئين أو التافهين أو المشغولين فلا تنزعج. رغم أنهم مزعجون إلا أنهم لن يدمّروا خطبتك. إذا لم تستطع إغفالهم استعن بالمنظمين (من خلال الصمت والنظر إليهم). أحياناً الصمت وحده سيحل الإشكال. إذا استمرت الإساءة فاطلب من المنظمين (بصراحة أن يتصرفوا.
أداؤك كان سيئاً في نظرك	لا تبك على الماضي واستعد للمستقبل. لا تقارن نفسك بأفضل المتحدثين، بل بنفسك في الماضي. تذكر أن المهم هو تقييم الجمهور لك، وليس تقييمك لنفسك. طور نفسك باستمرار.

" ٢- أخطاء شائعة

الوقت غير كاف.	لا تحاول قول كل شيء بل ركز على الأمور الهامة فقط. لا تقرأ حديثك بل قله. رتّب نفسك بحيث يكون لديك فترة إضافية ولا تأخذ كل الوقت. تدرب على التوقيت.
إجابة السؤال الخطأ (بعد الإجابة تكتشف أنك لم تفهم السؤال).	كرر السؤال وتأكد من فهمك له قبل الإجابة إن كنت شاكاً في فهمك. اطلب من السائل أن يعيد صياغة سؤاله قبل أن تجيب عليه.
التعقيد (المادة صعبة ومعقدة).	اشرح المصطلحات أولاً وتأكد من فهمهم لها. لا تحاول أن تغطي كل المادة. أكثر من الأمثلة والاستشهادات ووسائل الإيضاح.
الحديث لفئة خاصة (الأمثلة والاستشهادات تناسب بعض الجمهور وليس الجميع).	اعرف جمهورك قبل البدء. اسألهم بعد المقدمة إن كانوا يحبون التركيز على مجالات معينة. نوّع الأمثلة والاستشهادات.
عدم معرفة الجمهور (إلقاء الحديث كما حضرته بغض النظر عن الجمهور).	اسأل المنظمين مسبقاً. اسألهم قبل البداية. احضر مبكراً لتحتكَّ بالجمهور. اترك فترة للتعارف. اسأل الجمهور لماذا حضروا؟
	أحسن إعداد المادة وتمكن منها.

صغر السن (المتحدث متردد لأنه أصغر سناً من معظم الحضور).	ثق بنفسك. استفد من خبراتهم بالطلب منهم إعطاء تجاربهم. تذكر أنك تعرف الموضوع أكثر منهم جميعاً.
الغرق في التفاصيل (أرقام ومعلومات دقيقة وكثيرة جدّاً)	ركز على النقاط الهامة. أعط إحصائية واحدة أو مثالاً على كل نقطة رئيسية أو فرعية. ركز على أهم ما في الإحصائية.
الموضوع لا يهم الجمهور.	لا تقبل الحديث في كل موضوع لكل الجماهير. اعرف جمهورك. شكّل الموضوع حسب اهتمامات الجمهور.
القراءة (قراءة المادة المكتوبة أو قراءة المكتوب في وسيلة الإيضاح).	اكتف برؤوس الأقلام. استعمل قانون (٥ × ٥) (انظر فصل وسائل الإيضاح). تحدث عن المعلومات ولا تقرأها. حاول أن تستخرج المعلومات من الجمهور.
عدم التدريب (المادة مكتوبة للعين وليس للأذن).	ألقها أمام أهلك. سجلها في مسجل. تحدّث بدون أوراق.

a **نقاط الضعف لدى الخطيب:**

- ǘ لا فكاهة.
- ǘ ضعف الإعداد.
- ǘ عدم مشاركة الجمهور.
- ǘ وسائل إيضاح سيئة.
- ǘ لا حماس ولا تمكن.
- ǘ خاتمة ضعيفة.
- ǘ انطباع أولي سلبي.
- ǘ عدم تحديد الأهداف.
- ǘ مادة ووسائل مملة.
- ǘ الإطالة عند نقطة واحدة.
- ǘ ضعف الاتصال بالعين.
- ǘ ضعف تعابير الوجه.

أخطاء شائعة ومشتركة يرتكبها المحدثون[1]:

١- **عدم تحديد الهدف من الحديث، أو عدم وضوحه: وهذا بلا شك** يجعل الحضور يغادرن المكان وهم يتساءلون عن الرسالة التي كان يهدف المتحدث إلى توصيلها؛ وما هو المطلوب وما الغرض.

٢- **عدم إشباع احتياجات الحضور، وتلبية اهتماماتهم: من الأسباب الأساسية في فشل الحديث أو العرض هو:** عدم تحديد الفائدة التي ستعود على الحضور نتيجة للاستماع لحديثك. حيث إنه غالباً ما يتساءل الحضور ويقولون: ما الذي يهمنا من هذا الموضوع، وعليك توضيح ما سيعود عليهم من فائدة.

٣- **الحديث الطويل المحشو بالتفاصيل المملة: ثبت أن محاولة إيراد كل ما قيل في الموضوع وما كتب عنه والإغراق في التفاصيل الطويلة:** يضيع النقاط الأساسية في الحديث وتصبح غامضة ومشوشة، مما يؤدي إلى أن يفقد الحضور التركيز والاهتمام بما تقول.

وفيما يلي مثال لتوضيح كيفية حدوث تلك الأخطاء:

افترض أنك تتجاذب أطراف الحديث مع صديق ما وقلت له: دعني أخبرك عن العشاء الذي تناولته ليلة البارحة في حفلة الزواج.

✦ **فما هو هدفك من هذا الحديث؟** هل هدفك توضيح استمتاعك به؟ أو أن صاحب الدعوة مسرف أو أنه كريم أو بخيل؟ هل تريد إفهامه أن العشاء كان صحيّاً؟ أو هل الترتيب كان

(١) "لماذا نخشى الإلقاء؟"، عيسى العيسى وعبد الله البابطين، (ص١٤٦).

جيداً أو سيئاً؟ هل تريد تمضية الوقت فقط؟...

هذه أهداف محتملة، وحديثك بالكامل سيكون مقنعاً إذا كان هدفك من التحدث واضحاً.

G **لكن ما الذي يهم صديقك فيما تناولته ليلة البارحة؟** هنا يجب أن توضح المردود أو الفائدة التي ستعود له من الاستماع إليك، ربما يكون هو قد سأل، أو لأنه يخطط لإقامة حفلة عشاء في الأسبوع القادم، وعندها عليك إخباره بما سوف يستفيده من حديثك عنه.

فمثلاً يمكن أن تقول: إن الصنف الفلاني كان رائعاً؛ وعليك أن تقدمه، وإن الصنف الفلاني كان من محل كذا؛ وعليك شراءه لحفلتك القادمة، أو أن الناس يرغبون في الأكل المنوَّع؛ بدلاً من العشاء التقليدي، أو أن عدداً من الحضور كانوا كباراً في السن؛ وتضايقوا من تقديم الأكل بشكل سفرة مفتوحة (بوفيه)...

فتحديدك لاستفادته من حديثك يجعله يصغي إليك بشكل أفضل.

وننتقل الآن إلى الحديث نفسه؛ هل ستحدثه عن أطباق الحلوى، ثم عن السلطات، ثم عن المشروبات، ثم عن الطبق الرئيس... فهذا لن يكون ترتيباً منطقيّاً! ماذا لو قدمت تفاصيلاً كثيرةً؛ كأن تتحدث عن اللحم وعن فصيلة الخروف وطعامه، ومن أين تم شراؤه، وكيف أُحْضِر، وكيف ذُبِحْ... فسوف يكون حديثك مكتظاً بالتفاصيل المملة، وسوف يضيع الهدف الرئيسي من الحديث.

وإذا استغرقت ساعة للتحدث عن وجبة العشاء التي تناولتها أنت خلال ربع ساعة؛ فسيكون حديثك طويلاً جدّاً، ولا يتناسب مع الموضوع.

ربما يكون هذا المثال مناسباً للتحدث إلى شخص وتمضيه الوقت معه؛ لكنه لن يكون مناسباً إطلاقاً كحديث تقدمه لمجموعة من الناس على اعتبار أن لكل حديث أو عرض هدفاً تسعى لتحقيقه، وأن كل شيء يجب أن يصب في هذا الاتجاه؛ وإلا أصبح الحديث مجرد تدفق للمعلومات بلا هدف أو خطة ودون مضمون ولا شكل.

وتشبه مرحلة إعداد الحديث برحلة تقوم بها، فكلما كان هناك تخطيط لهذه الرحلة زادت فرص النجاح وقلّت المفاجآت، فالتخطيط للرحلة يتطلب أن تحدد -أولاً- إلى أين ستذهب؟ وإلا لن تصل إلى أي مكان، وكيف ستذهب؟ وما الأشياء المناسبة التي ستأخذها معك؟ وهل سيكون الجو بارداً وممطراً أو حاراً ومشمساً؟

فهذا له دور كبير في تحديد الأشياء المناسبة لطبيعة الرحلة، وإذا لم تعرف ذلك؛ فقد تذهب إلى

مكان بارد جدّاً أو حار أو ممطر؛ وأنت غير مستعد له.

✦ **أي أن رحلتك في التحدث تقتضي أن تبدأ بـ:**

D **اتخاذ قرار** بالقيام برحلة برية أو بحرية (موضوع الحديث).

D **ثم بتحديد** مقصد الرحلة تماماً (هدف الحديث).

D ثم بتحديد الطريق أو المسالك (النقاط التي تساعدك على تحقيق الهدف)، والأشياء المناسبة (وسائل العرض والإيضاح).

موقف عملي

لا تطلق النار على قَدَمِك![1]

في عام (١٩٧٣) دعيت إلى كنيسة في لوجانسيورت في ولاية إنديانا؛ للتحدث عن الإسلام.

تكلّم سبعة من القساوسة النصارى عن مِلِلِهم المختلف في البداية، ثم تحدث أستاذ هندوسي عن الهندوسية، وقد بدأ حديثه بالقول: "بالرغم من أنني هندوسي؛ فإنني لا أعرف شيئاً عن الهندوسية، لذلك فإنني سوف أتلو عليكم بضعة فصول من كتاب كتبته سيدة مسيحية أمريكية، قضت بضع سنوات في الهند... ".

وعندما اقترب من النهاية قال: "أخيراً سوف أقرأ لكم هذا الفصل... أخيراً سوف أقرأ فصلاً آخر... أخيراً سوف أقرأ لكم صفحة أخرى"، وحينما قال: "أخيراً سوف أقرأ لكم فقرة أخرى" لم يصدقه أحد؛ لأنه أعاد كلمة: (أخيراً) أكثر من مرة؛ لقد تملّك الجمهور الضجر من خطبته!!

العبرة في ذلك هي: أنه مهما كانت الظروف، إياك أن تصدر حكماً مسبقاً على خطبتك أو تقدم عذراً أو تدلي باعترافات حول طريقة طرحك للموضوع مثل: أنا آسف لم يكن لديّ الوقت الكافي للإعداد، أو إن خطبتي لن تكون جيدة، أو لقد دعاني المنظمون الآن فقط إلى التحدث؛ بيد أني لا أعرف الكثير عن هذا الموضوع، أو بوسعكم أنتم -أيها الحفل الكريم- أن تقدموا خطبة أفضل، ونحو ذلك.

تجنب كل ما ورد من هذه العبارات المثبّطة والسلبية، وادخل في الموضوع مباشرة، وابذل كل ما في وسعك.

(١) "دليل التدريب القيادي"، د. هشام الطالب، (ص١٦٤).

لا تقوّم نفسك أمام الناس؛ لأنهم هم الذين سوف يقوّمونك، فقد تقدم أفضل عرض دون أن تدرك ذلك، وفي هذا الصدد يروى أن الخليفة الراشد عثمان بن عفان ﷺ لم يستطع في إحدى المرات أن يلقي خطبة الجمعة من فوق المنبر، وحينما كان ينزل من أعلى المنبر قال: "إن الله ليزع بالسلطان ما لا يزع بالقرآن"، وعندما سمع الحاضرون منه ذلك قالوا: "لو كان قال ذلك من فوق المنبر؛ لكانت تلك من أفضل الخطب".

أخطاء التعامل مع الجمهور النسائي[1] :

القواعد التي ذكرناها تناسب الحديث مع الجمهور بشكل عام، ولكن إن كان الجمهور كله أو أغلبه من النساء؛ **فينبغي الانتباه إلى أمور خاصة بهن من أهمها:**

¥ إذا هزت المرأة رأسها من أعلى إلى أسفل؛ فلا يعني ذلك: (أنا موافقة)، بل يعني: (أنا فهمت).

¥ المرأة تهمها الأمثلة الاجتماعية والتربوية أكثر من الرجل.

¥ احرص في حديثك أن تذكر لفظ المؤنث، ولا تكتف بالمذكر.

¥ انتبه للكلمات أو النكات أو الأمثلة التي قد تعتبرها المرأة محرجة.

¥ لا تبسط كلماتك أكثر من اللازم؛ فالمرأة تعتبر هذا إهانة لعقلها.

¥ استشهد بأمثلة ونماذج من النساء الرائدات والعظيمات.

¥ لا تسخر من قدرات المرأة (مثلاً: الاستهزاء بسواقة المرأة للسيارة).

¥ لا تضرب أمثلة تشير إلى اهتمام المرأة بمنظرها (الملابس، المكياج...)، وكأنك تقلل من قدراتها وعقلها.

¥ لا تستعمل لفظ: يا "بنات" أو "حريم" وإنما استعمل الألفاظ المناسبة مثل: "السيدات، الأخوات..." .

¥ انتبه للألفاظ التي تعزل النساء مثل: "رجال الأعمال"، بل قل: "رجال وسيدات الأعمال".

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٣٥).

G كيف تكتشف عيوبك أثناء الإلقاء؟[١] G

يحرصُ المتحدثُ على التعرف على عيوبه في الإلقاء ونقاط الضعف في كلماته، وبذلك يحصل على تطوير نفسه من خلال تجنبها وإبراز نقاط القوة.

ولكن.. كيف يكتشف المتحدث عيوبه؟ لذلك طرق عديدة منها:

١ - أن يتجه المتحدث إلى بعض المقربين له ممن حضر وسمع طرحه للموضوع؛ فيسألهم عن الثغرات التي فاتته، والعيوب التي أضعفت من إلقائه، ولكن عليه أن يُحسن اختيار من يسأل.

ومن ذلك:

أ- أن يتجنب أولئك الذين ديدنهم المديح والثناء العطر والمجاملة المبالغ فيها؛ فإن ذلك لا يزيد المتحدث إلا غروراً.

ب- أن يتجنب أولئك الذين ديدنهم الانتقاد المتطرف؛ فلا يعجبهم شيئاً، ولا يمدحون من يستحق المدح والتقدير؛ فإن هؤلاء لا يزيدون المتحدث إلا إحباطاً، وقد ينتزعون الثقة من نفسه فيسقط في دركات الفشل.

جـ- أن يحرص على سؤال من له خبرة، أو على الأقل له معرفة بما يحسن بالمتحدث عن ما يعيبه.

٢- أن يقوم المتحدث بتسجيل كلامه، باستخدام (المسجلات الصوتية أو كاميرات الفيديو).

وبعد الانتهاء من الإلقاء يقوم بالإطلاع عليها فيتعرف على عيوبه وقد يحسُن عرضها على أهل الخبرة ممن يعرفه ليعطوه ملاحظاتهم وتوجيهاتهم ليطور نفسه في هذا المضمار، يقول "دايل كارينجي": "وقد وجد طلاب فن الخطابة أن من المفيد إملاء أحاديثهم أمام آلة التسجيل، ومن ثم يستمعون إلى أنفسهم. هل هذا مفيد؟ أجل: إنه تدريب بحد ذاته".

٣- من المفيد للمتحدث أن يوزع استبياناً على الحضور، ويطلب وجهة نظرهم

(١) "مهاراتك الشخصية"، عادل محمد العبد العالي، (ص٢٠).

واقتراحاتهم حول أسلوب المتحدث، ومضمون الموضوع، وما ينبغي حذفه أو إضافته؛ فإن ذلك يأتي بالملاحظات الصادقة.

٤ - **يحسُن بعد إلقاء الموضوع أن يستمع (المُلقي) إلى محاضر آخر سبق،** وأن تكلم في نفس الموضوع؛ ليرى جوانب النقص في كلمته وليتعرف على عيوب تحضيره.

كيف تصبح مقدماً رائعاً؟!

ترجمة د. طارق السويدان

(هذا نص محاضرة حقيقية ألقتها باتريشا براش -مديرة الاتصالات بإحدى الشركات الأمريكية الكبرى- في مؤتمر النساء والاتصالات في ميلواكي وسكنس ١٨ /١٩٩٢/٨م)

شكراً لك يا سوزان (التي قامت بتقديمها)، وأقدّر الفرصة الثمينة التي أتحتموها لأشارككم ببعض أفكاري حول إعداد وتقديم الخطبة.

كلنا في عالم الاتصالات نعي حقيقة واضحة وهي: أننا كلما ترقينا في عملنا؛ كلما زادت فرصنا والتزاماتنا بتقديم المحاضرات، ونعي كذلك حكمة زيادة خبراتنا في ذلك بأكبر كمية وأسرع وقت وأكثر تكرار، وبالإضافة إلى ذلك فنحن جميعاً نعرف قيمة أخذ دورة في فن الإلقاء والدّراسة المستمرة لتطوير مهاراتنا في الإلقاء.

وأود اليوم أن أركز على ثلاثة محاور رئيسية: الإعداد، والمحتوى، التقديم واستعمال وسائل الإيضاح.

دعونا نبدأ بالإعداد الذي يشمل كل جوانب الإلقاء الفعّال، مثل: اتخاذ القرار بالهدف من الإلقاء، وإعداد المحتوى، والتقديم والوسائل المساندة.

من المهم أن نحدد هدفنا قبل أن نركّز على الرسالة.

ويجب أن نبدأ بأن نسأل أنفسنا إن كان هدفنا هو: إعطاء معلومات، أو الإقناع، أو الإلهام، أو التحفيز، أو التسلية؟ والجواب يعتمد بشكل كبير على تشكيلة الحضور؛ حيث يجب صياغة المحاضرة لتتناسب مع الجمهور والموضوع الأساسي للقاء أو المؤتمر، وهذا يعني: أن نجمع أكبر قدر من المعلومات عن مستوى معلومات الحضور وعن اهتماماتهم.

وعلينا أن نحاول أن نعرفهم، ونتحدث معهم، ونستمع إليهم، ونفهم احتياجاتهم، وعندها فقط نكون مستعدين للبحث عن الموضوع المناسب.

ومن النماذج التاريخية الشهيرة لشخص صاغ رسالته لتتوافق مع جمهوره المكتشف: الأسباني الشهير "كريستوفر كولمبس"، قبل أن يقابل كولمبس ملك أسبانيا وزوجته، كان الكثير من

خبراء الملاحة قد حذروا الملك من دعم مشروع كولمبس الغريب بالوصول إلى الشرق الأقصى بالإبحار غرباً، ولكن كولمبس كان يعرف فن الإقناع وضرورة إعادة صياغة الرسالة لتتناسب مع الجمهور، وكان يعرف كيف يعد إلقاءً فعّالاً.

كان كولمبس يعرف -مثلاً- أن الملكة متدينة جدّاً، وحريصة على إدخال المزيد من الناس في دينها، ولذلك أكثر في حديثه من الإشارة إلى وجود عدد كبير من البشر في الشرق الأقصى جاهزين لتحويل دينهم.

وعرف كولمبس كذلك أن الملكة مغرمة بالصقور والطيور الغريبة، فوجد خلال بحثه العلمي عن الشرق الأقصى أن ماركوبولو (الرحّالة الشهير) قد ذكر في وصفه بممالك الشرق الأقصى طيوراً غريبة وصقوراً رائعة، كما عرف أن الملك كان يرغب بتوسعة مملكته من ناحية قوّتها التجارية؛ ولذلك فقد كرّر كولمبس الإشارة إلى الذهب والتوابل والبضائع المميزة للشرق الأقصى.

كل هذه الإشارات في إلقائه أمام الملك والملكة جعلهما يدعمانه في رحلته التي أدت إلى اكتشاف أمريكا.

وبينما يندر أن يواجه أيّاً منا فرصة لإلقاء له هذه الآثار التاريخية؛ إلّا أن الكثيرين منا يقومون بإلقاء مؤثر على عقود هامة، أو برنامج تسويقي مهم، أو مصير وظائفنا أحياناً، وبغض النظر عن طبيعة الإلقاء؛ فإننا يجب أن نبدأ بإعداد مقدمة تعطي الحضور فكرة واضحة عن ما ننوي أن نتحدث عنه وخطة الطرح.

ومن المهم أن نجذب انتباههم؛ أولاً: بتعليق غير مألوف أو قصة مثيرة أو معلومة غريبة أو سؤال، وقد نضيف إلى هذا؛ الحديث عن الفوائد المهمّة التي سيحصلون عليها كما فعل كولمبس.

فالهدف الأساسي من المقدمة هو: بناء علاقة مع الجمهور، وأن (نقول لهم ماذا سنقول لهم)، ثم نقضي باقي الوقت بالقول الفعلي.

ولدينا ثروة من الطرق التي يمكن استعمالها لتنظيم محتوى الحديث، والاختيارات تشمل:

- **الترتيب الزمني أو المكاني أو الموضوعي.**
- **أو السبب والنتيجة.**
- **أو حل المشاكل.**

وغيرها من طرق الترتيب.

2 **وعلينا أن نختار الطريقة** التي تساعدنا في إيصال المعلومات والمشاعر بصورة واضحة للجمهور.

2 **وعلينا أن نبني الخطبة** حول عدد قليل من النقاط الرئيسية والمشاعر المتعلقة بها لا أن نبنيها حول الحقائق.

ففي عالم المعلومات الضخمة اليوم حيث مدّة تركيز السامع ومتابعته محدودة جدّاً؛ فإن الجمهور يريد ما هو أكثر من الحقائق. فالتلفاز قد ساهم في صنع مجتمع لا يتحلى بالصبر يتوقع فيه المشاهد منا أن نوصل موضوعنا إليه بسرعة وببساطة؛ لأنه قد تشبّع بالحقائق.

الناس تريد أن تفهم الصورة الكلية للأحداث، وإذا استطعنا أن نوصل رأينا بوضوح وحماس، فسيبقى أثره لمدة أطول في أذهانهم، وستزيد فرصنا لإقناعهم بأن ما نقوله لهم له قيم كبيرة، ويستحق الدراسة والتأمل.

ومن أجل غرس الحماسة في إلقائنا؛ فإني أؤمن بأن كل خطبة يجب أن نحقنها بالأدرينالين (هرمون النشاط)، وبدرجة عالية من الإثارة حول الرسالة التي نطرحها على الجمهور، ونشعرهم بأننا احترمناهم وحضّرنا المحاضرة خصيصاً لأجلهم؛ فيشعروا بأنها مفصلة خصيصاً لهم، وليست مأخوذة من رف الملابس الجاهزة.

وبالإضافة إلى الوضوح والحماس؛ فعلينا أن نوجد فرصاً لحقن بعض الجرعات من الفكاهة، وهذا لا يعني: أنه يجب علينا إلقاء النكت، أو أن نجعلهم يستلقوا على ظهورهم من شدّة الضحك، ولكن إن كان ثمة ما يضحك في موضوعنا؛ فعلينا الإشارة إليه، وكل ما يهمنا أن نصل على الأقل إلى ابتسامة أو ضحكة خفيفة.

وأنا أؤمن أن الوقت المثالي للخطبة هو عشرون دقيقة، وأن تكون معلوماتنا تملأ عشرة أضعاف ذلك الوقت؛ فتمكننا إلى هذا الحد من موضوعنا يعطينا مصداقية وثقة بالنفس للحديث الارتجالي متى شئنا، والإجابة على الأسئلة بثقة وتمكن، وتضفي علينا الحماس، وأن الوقت فقط هو الحاجز بيننا وبين طرح المزيد من المعلومات والآراء لجمهورنا.

وأود التنبيه إلى ضرورة مقاومة الإغراء للحديث لمدّة أطول من المحددة لنا؛ لأجل إعطاء المزيد من المعلومات والتفاصيل، ولنتذكر أن فولتير هو القائل: "السر لتكون مملاً هو: أن تقول كل شيء".

وماذا عن البروفة (التدريب)؟!

أنا أبذل كل الوقت اللازم للتأكد من أن خطبتي ستمضي بسلاسة؛ حتى لو اضطررت لأن أعمل في المنزل، وإذا كانت خطبة رئيسة؛ فإني أعمل بروفة (أتدرب)، وكثير من الناس يجدون أنه من المفيد تصوير أنفسهم بالفيديو أثناء التدرب، وهذا من أفضل الطرق لترى بنفسك كم أنت طبيعي في إلقائك.

وإذا قررت أن تكون هناك فترة للأسئلة والأجوبة؛ فتوقع نوعين رئيسين من الأسئلة، النوع الأول هو: الأسئلة التي تدور حول الآراء، وهذا هو النوع السهل.

وأما النوع الثاني؛ فهو الذي يتحدى معلوماتك ويتطلب دقة في الإجابة، مثل: (كم طناً من القمح تشتري شركتكم كل يوم؟) وأسوأ ما يمكن أن تفعل هو محاولة الإجابة وأنت لا تعرفها بدقة، والأفضل من ذلك أن تقول: (دعني أبحث عن هذه المعلومة، ثم سأوصلها إليك لاحقاً) ؛ واحرص على إيصالها -فعلاً- فيما بعد.

واقتراح آخر هو: أن توزع الأسئلة في أماكن مناسبة أثناء إلقائك ولا تتركها لما بعد الخاتمة، فهذا يعطيك فرصة لتلقي ما يناسبك من الأسئلة، ثم تختم بالخاتمة المعدّة مسبقاً؛ مما يجعل خاتمتك أكثر فاعلية، وتحت سيطرتك.

والآن دعونا نتحدث عن التقديم:

وأهمية التقديم تثبتها الإحصاءات التي تشير إلى أن المحتوى لا يزيد عن (٧%) فقط، بينما (٩٣%) من التأثير للتقديم، منها (٥٥%) للحركة، و(٣٨%) للأسلوب والصوت، وباختصار؛ فالكلمات أثرها محدود بينما الأثر الأكبر هو لك أنت.

وفي الحقيقة أن خطبتك تبدأ قبل أن تصعد المنصة؛ حيث يشكل الجمهور انطباعاً عنك من مظهرك وحركاتك فور رؤيتهم لك.

وفي عالم اليوم: من أهم الأمور التي تؤثر سلباً أو إيجاباً على عملية الاتصال هو: كم يعجب الناس بك؟

والإعجاب مصطلح مبهم، ولكن من الأمور المؤثرة فيه قدرتك على إظهار:

- **التفاؤل، الاهتمام بالآخرين.**
- **القدرة على رؤية الفرص؛ حتى في الحالات الصعبة.**

- القدرة على التماسك.
- القدرة على الضحك بسهولة؛ حتى على نفسك.
- القدرة على الأداء المتميز؛ حتى عند المشاكل.
- والقدرة على التواضع عند النجاح.

وبما أنك تعرف أنك أمام المجهر؛ حتى قبل صعودك المنصة فمن الأفضل أن تتعامل مع الأمر بكل ثقة، وتبتسم وتثق بإعدادك وتحضيرك، وذكر نفسك بجواب الملكة فكتوريا عندما سألها أحدهم عن النتائج التي ستترتب على احتمال خسارة بريطانيا للحرب؟ فأجابت بقولها: "نحن غير مهتمين باحتمالات الخسارة"، فبالنسبة لها هذه الاحتمالات غير موجودة؛ حيث فهمت أن التفكير السلبي سيؤدي إلى نتائج سلبية، وأن التفكير الإيجابي سيؤدي إلى نتائج إيجابية.

وأنت كذلك عليك أن تثق أن خطبتك ستسير على ما يرام، فهذا الشعور بحد ذاته كفيل بأن تسير الأمور على ما يرام وأن الجمهور سيتلقّاك ويرحب بكفاءتك وثقتك بنفسك.

ولا تنسَ بأنك شخص محبوب، وأنك تعرف مادتك جيداً، وقد تدربت كثيراً عليها، وتعرف تسلسلها بطلاقة؛ أنت جاهز، والأمر ظاهر.

ولكن ورغم كل هذا؛ فهناك من يشعر بالخوف عند الحديث أمام الناس، فما الحل؟ هل يجب عليك التخلص من الخوف والشعور بالاسترخاء؟ على عكس المفهوم العام، فجواب على هذا السؤال هو: (لا).

فأعتقد أن أفضل طريقة للتعامل مع الخوف هي: عدم محاولة الاسترخاء الكامل؛ حيث سيظهر ذلك أمام الجمهور بأنك ميت وبدون تعابير وممل!

والأفضل من محاولة التخلص من فراشات الخوف هو: أن نحاول جعلها تطير في تشكيلات جميلة.

وهذا يعني: أنه بدلاً من القلق بسبب الخوف فمن الأفضل أن نحول هذا القلق والخوف إلى طاقة إيجابية تتمثل في المزيد من الحماس وانفعالات صوتية وحركة جسد أفضل، فالخوف شعور وإحساس طبيعي في هذه الحالة؛ ولذا فالاستفادة منه تساهم في إظهارك أمام الناس بصورة المتحمس المتمكن والإنسان المثير، وأنت فعلاً كذلك.

وماذا عن طريقة وقوفك؟

الوقوف الطبيعي والسهل هو الأفضل، والابتعاد عن أي طريقة وقوف أو حركة قد تشغل الجمهور عنك مثل: اليدان مطويتان أمام الصدر، أو متماسكتان خلف الظهر أو على الخصرين أو إمساكهما أمام الحضن، أو الاهتزاز للأمام والخلف، واللعب بالنقود في الجيب، أو كثرة تحريك الأوراق.

وأنصح كذلك بعدم التركيز على الجانب الميكانيكي من الإلقاء، ولكن الكثير من الخطباء يؤكدون على أن أداءهم يتحسن عندما تنطلق حركة اليدين من جهة الكتفين وليس الكوعين، فهذا سيظهرك بصورة المرتاح وليس المتجمد أو الخشبي، كما أنه من المفيد الوقوف بثبات على الأرض وبدون تحويل ثقل الجسم من الاعتماد على رجل إلى الرجل الأخرى.

وكذلك فإن التنفس بعمق خمس مرات قبل البدء بالحديث يساعد جسدك على الارتياح، ويفتح مجرى الهواء؛ بحيث ينطلق صوتك بشكل أفضل، فبينما تريد أن تتحكم في طاقتك وصوتك؛ فأنت لا تريد أن تتكلم بنبرة واحدة؛ لأن هذا متعب وممل... نحن نريد صوتاً متنوعاً في تعابيره ونبراته وارتفاعه.

فمثلاً: الذين يتكلمون عادة ببطء سيساعدهم ذلك أن يتحدثوا بسرعة قبيل الإلقاء مباشرة.

وعلينا تجنب النطق بكلمات أو أصوات خطأ لنملأ بها الفراغ بين الكلمات والجمل؛ لأنها تشغل الجمهور.

ومن أمثلتها: (آ آ آ)؛ فهذه أسوأ إهانة، وهي أكثر صوت يساء استخدامه في كل اللغة**!**

ولك أن تختار لنفسك أيهما العقاب الأسوأ: مائة يوم من التعذيب بالطريقة الصينية القديمة بوضع السجين في غرفة تنزل فيها قطرات الماء ببطء وإلى ما لا نهاية (طاخ، طاخ، طاخ...)، أو مائة يوم من الاستماع لمحاضر يستعمل (آ آ آ) كل ثالث أو رابع كلمة.

أنا شخصيّاً سأميل للعذاب بالاستماع للماء.

ولنتجنب كذلك تكرار كلمات معينة من مثل: (في الحقيقة)، أو (بصراحة).

هاتان الكلمتان الأخيرتان لا تخدمان أي هدف، وقد تؤديان لنتائج سلبية حين يتساءل بعض المستمعين في أنفسهم عن مدى الحقيقة أو الصراحة في حديثك السابق؛ عندما تقول لهم: إنك الآن ستقول الحقيقة، أو ستتحدث بصراحة.

ومن العوامل الأساسية للإلقاء الفعّال كذلك: التواصل بالعين مع أحد الحضور من ثلاث إلى خمس ثوان أو حتى تكمل الفكرة التي تقولها.

وكذلك يستفيد المحاضر من هذا التواصل بالعين؛ فهي تجعله مركزاً لاهتمام المستمعين، وتجعله يرى ردود أفعالهم بشكل مباشر ومستمر؛ ليعرف إن كان ما يقول قد حقق أهدافه، فأنت تستطيع أن تعرف من ردود أفعالهم وتعابيرهم إن كانوا يسمعون باهتمام أو تشتتوا ذهنيّاً أو محتارين أو قد ملوا أو غير موافقين، وإذا لم تحصل على النتيجة التي تريد؛ فبإمكانك تغيير طريقة طرحك.

والآن دعونا نتحدث باختصار عن وسائل الإيضاح:

الشرائح المرئية (Slides) أو الشفافيات للعرض العلوي وغيرها قد تكون وسئل ممتازة لرفع مستوى الإلقاء إذا استعملت بشكل سليم لتساهم في إيضاح النقطة المطروحة، ولكن لا يصح استعمالها فقط لأجل استعمالها، وإذا استعملناها؛ فلا يجوز أن نلقي الخطبة منها فالجمهور يستطيع قراءتها كذلك، وإذا كان نظر المحاضر موجهاً للشاشة؛ فسيفقد التواصل العيني مع الجمهور.

علينا التأكد أن الكلمات في وسائل الإيضاح كبيرة؛ حيث يراها الجالس في نهاية القاعة، والأفضل في الوسيلة ألا تحتوي على أكثر من (٦) سطور، وأن تترك فراغاً حول الكلمات.

كما أنه من المفيد: الاكتفاء بالكلمات الهامة، واستعمال قوائم الكلمات بدل الجمل، ولمزيد من وضوح الوسيلة يحبذ استعمال اللون الأسود أو البني أو الأزرق الغامق أو الأخضر الغامق، واستعمل الأحمر للإشارة إلى النقاط أو الكلمات الهامة؛ وليس للكتابة.

والأفضل جعل الغرفة شبه مظلمة في حالة استعمال الشاشة؛ بحيث تكون الإنارة كافية للجمهور ليرى ما يكتب، ووجود إنارة خفيفة تجعل المحاضر ظاهراً للجمهور، وكذلك ليرى المحاضر الجمهور، فلا شيء يزعج المحاضر مثل: انشغال الجمهور، أو رؤية أحدهم وقد أطرق رأسه أو أغمض عينه بسبب النعاس.

ولكن لا تدع هذه المظاهر توترك؛ فهي لا تعني بالضرورة أنك ممل، وتذكر أنه في أي جمهور كبير قد تجد شخصاً أو اثنين (لديهم الرغبة، ولكن أجسامهم ما عادت تتحمل) بسبب قلة النوم في الليلة الماضية.

ولنستمر في حديثنا حول وسائل الإيضاح؛ لنضاعف استفادتنا منها؛ فأنا أنصح بالتدريب باستعمالها.

ولا تنس أن تتأكد من ترتيبها وأنها تعبر عما تريد، كما أنه من المفيد ترقيمها لتتمكن من إعادة ترتيبها بسهولة لو أسقطتها، ورتب إجراءاتك الإدارية؛ وخاصة إذا كنت ستحاضر مع آخرين.

اعرف ترتيب المتكلمين، وأين سيجلس أو يقف كل منهم، وكيف ستديرون الأجهزة وتنسقون بينكم.

أدر وقتك واترك وقتاً للجمهور؛ ليستقر مكانه، ووقتاً لأسئلتهم.

ما دمت أتحدث عن الأسئلة، وقبل أن أنهي حديثي؛ فدعوني أتوقف الآن لتلقّي أية أسئلة لديكم، (فترة أسئلة).

ž أريد أن ألخص الآن النقاط الهامة التي طرحتها؛ فأقول: إن المحاضرة المعدّة جيداً والمقدمة جيداً تتصف بالتالي:

ü هدف واضح.

ü مقدمة تجذب الانتباه، وتحدد ما سيقال في المحاضرة.

ü رسالة مصاغة حسب الجمهور، ومناسبة للّقاء.

ü الفكاهة في مكانها المناسب.

ü تقديم حي؛ مع تمكن من المادة، وثقة بالنفس، وحماس.

ü خاتمة تؤكد النقاط الهامة، وتجعل الجمهور يخرج بشعور إيجابي عن أنفسهم، وعن الموضوع المطروح.

C وأحب أن أؤكد أن ما طرحته هو نقاط قليلة من أمور كثيرة يجب مراعاتها أثناء الإلقاء.

C لكي تصبح ملقياً ومقدماً رائعاً؛ فهي رحلة عمر، وكلما قدمت محاضرة أو خطبة فستتعلم شيئاً جديداً عن نفسك، وعن مادتك؛ ستجعلك تتحسن في إلقائك التالي.

C أرجو لكل واحد منكم حظاً سعيداً عندما تعودون وتقدمون محاضراتكم.

G ما بعد الكلمة[1] G

إذا كنت تعتقد أن حديثك انتهى بمجرد مغادرتك لمنصة التحدث أو المنبر؛ فاعتقادك غير دقيق، فهناك جزء أخير مهم جدّاً عليك القيام به، ويتمثل في: استمرار تحسين الكلمة أو المحاضرة.

لقد بذلت مجهوداً شاقاً لإعداد حديثك أو محاضرتك حتى ظهرت بالصورة الملائمة، وإذا كنت تنوي مواصلة تقديم الحديث نفسه أو المحاضرة؛ فعليك أن تلتزم بمواصلة تحسين أداء حديثك.

فلقد لاحظنا أن عدداً من معدي الكلمات والمحاضرات يبذلون جهداً في إعدادها، ثم يستمرون في تقديم هذا الحديث أو العرض أو المحاضرة لعدد من المرات دون مراجعة أو تنقيح.

وننصحك بعدم الوقوع في هذا الخطأ؛ وذلك من خلال استغلال التغذية المرتجعة -التي تحصل عليها من الحضور من خلال الاستقصاءات أو المشافهة- لتستطيع أن تتعرف على جوانب القوة في أدائك وحديثك للتركيز عليها وتحديد جوانب القصور لمعالجتها.

وسبب آخر يدعو لمواصلة تحسين الحديث، وهو: أن المعلومات والاكتشافات دائمة التغيير، فما يكون اليوم جديداً سيكون قديماً بعد مضي وقت ليس بالطويل.

واستفد من الملاحظات التي تقدم لك، ولا تكرر الأخطاء نفسها.

/ / /

---

(١) (ص٣١٧).

ملحق: نماذج تساعدك في الإلقاء

❁ نموذج مواصفات وسائل الإيضاح.

❁ نموذج الترتيبات الإدارية، وتجهيز المكان.

❁ استبانة تقييم أدائك.

G نماذج تعينك على تنظيم كلمتك[(١)] G

. نموذج مواصفات وسائل الإيضاح:

١ - مناسبة للنقطة	تأكّد من مناسبة الوسيلة للنّقطة المطروحة بشكل مباشر. تذكّر أنه مهما كانت الوسيلة جذّابة فلا قيمة لها إذا لم تكن ذات علاقة بالموضوع. مناسبة في محتواها ومدى الفكاهة فيها.
٢ - ملائمة (للجمهور، للموقف وللنقطة المطروحة)	الحديث للجمهور العامّ لا يناسبه استعمال الرّسوم البيانيّة كثيراً. الحديث لمجموعة من المختصّين قد يحتوي على رسوم بيانيّة، وعرض للكمبيوتر والحديث للجمهور العام يحتاج إلى وسائل مبسطة. الحديث في احتفالٍ عائلي أو في مسجد يمكن فيه استعمال بعض الصّور المناسبة أو اللّوحات، ولكن يجب اختيارها بعناية.
٣ - جذّابة	لتكن وسيلتك معدّة بإتقان ونظيفة ومرتبة، تشدّ الانتباه وألوانها جميلة. فيها تجديد وإبداع.
٤ - بسيطة	لا تملأ وسيلتك بنقاطٍ كثيرة بل قَسّمها على أكثر من وسيلة فهي أسهل في الفهم والشّرح. لكل نقطة رئيسة وسيلة واحدة.
٥ - كبيرة الحجم وواضحة	وذلك كي يستطيع الجالس في الصّف الأخير رؤيتها بوضوح وإلاّ سببّت إزعاجاً، وأدّت إلى نتائج سلبية. لا تستعمل وسيلة لا يستطيع الجمهور رؤيتها وقراءة ما فيها؛ حتى لا تضطر إلى شرحها وقراءتها.
٦ - منوّعة	استعمل أنواعاً عدة من وسائل الإيضاح فهذا يشُدّ الانتباه أكثر من النّوع الواحد بحيث تتغير كل (٢٠) ثانية إلى دقيقتين حسب جاذبية الوسيلة.

---

(١) "فن الإلقاء الرائع"، د. طارق سويدان، (ص٢٦٨).

٧- كثيرة	والهدف من الإكثار منها؛ لأنها: ١ - تحقق الأهداف. ٢ - تساعد على الفهم. ٣- تحافظ على اهتمام الجمهور.
٨- منسجمة	الألوان متناسقة. الصور واضحة ومناسبة (النجوم للتحفيز - الرياضة للنجاح).
٩ - أفقية	كلما كانت الوسيلة أفقية فذلك أفضل من الوسيلة الرأسية.

- **نموذج الترتيبات الإدارية وتجهيز المكان:**

البند	نقاط تأكد منها
المكان	المخارج واضحة وعليها إرشادات. دورات المياه مناسبة والطريق إليها واضح. القاعة مكتوب عليها اسم المحاضرة والمحاضر. إرشادات واضحة من المدخل إلى مكان القاعة. مكان مناسب للصلاة للرجال والنساء.
القاعة	توزيع المقاعد مناسب. الطاولات واسعة. التهوية مناسبة. حرارة الغرفة مناسبة.
التجهيزات للمشاركين	مناديل ورقية. ماء للشرب وكؤوس. أقلام رصاص وممحاة ومبراة. أوراق للكتابة. لوحات الأسماء. بطاقات الأسماء على الملابس. ملف الدورة. نموذج التقييم . قائمة أسماء وعناوين المشاركين. السيرة الذاتية للمحاضر.
	الشاشة مناسبة حجماً ومكاناً. توصيلات الكهرباء متوفرة وتعمل بشكل سليم. جهاز العرض العلوي Overhead projecter. شفافيّات (غير مستعملة) للكتابة + ألوان مناسبة.

الأجهزة والوسائل	جهاز العرض LCD projecter ويعرض بشكل مناسب. الكمبيوتر مفتوح على المادة وموصل مع جهاز العرض. الأوراق الكبيرة Flip Chart والألوان (أو اللوح والمساحة) . أجهزة أخرى مطلوبة (تلفزيون، فيديو، جهاز عرض شرائح...الخ)
طاولة المحاضر	أوراق التحضير والخطوط العريضة. ماء للشرب وكأس. أقلام رصاص وأقلام ملونة للكتابة. نسخة من الملف الموزع على المشاركين. ساعة توقيت. الأوراق أو التمارين التي سيوزعها. ورق لاصق. دباسة ودبابيس. مقص. أوراق جديدة بيضاء. قائمة أسماء الحضور. لوحة الاسم. تجهيزات خاصة للتمارين. جدول توزيع الوقت. ورقة إرشادات وتوجيهات.
الصوت	الصوت قوي وواضح. ميكرفون متنقل للمحاضر. عدد كافٍ من الميكروفونات للجمهور. جهاز تسجيل وأشرطة خالية.
	قائمة الأسماء المشاركة.

طاولة الإشراف	دفتر استلام أموال المشاركين (وصولات) . كتب وأشرطة للبيع. هاتف للاتصال. بطاقات أسماء للمشرفين. توزيع الطاولات حسب المشاركين (للأعداد الكبيرة) . إعلان الدورة أو المحاضرة (والدورات القادمة) . نقود للصرف.
أمور أخرى	تجهيزات طاولة الشاي. تجهيزات الطعام. مقاعد إضافية للأكل أو الراحة.

. استبانة تقييم:

طلب تعبئة تقييم المحاضرة من الحضور مفيد جدّاً؛ حيث سيساعدك على تحسين أدائك باستمرار فاحرص عليه، ثم قم بتحليله لتعرف نقاط الضعف فتعالجها ونقاط القوة فتنميها، وإياك أن تتعامل مع نقاط الضعف بأسلوب التبرير (هم لم يفهموني، أو هناك أسباب لذلك لم يعرفوها...)؛ فهذا سيضرك أكثر مما ينفعك.

وهناك أساليب كثيرة للتقييم، وإليك بعض النصائح العامة لإعداد التقييم:

نصائح لإعداد التقييم:

R اجعل الأسئلة واضحة ومباشرة.

R اجعل الأسئلة والمعلومات الشخصية اختيارية؛ ليأخذوا راحتهم في الإجابة.

R إذا كانت الدورة عدة أيام؛ فاحرص على التقييم ولو شفوياً بعد كل يوم لتحسن أداءك.

R اجعل التقييم سهل القراءة، وسهل الإجابة، وركّز على القضايا الهامة؛ وليس بالضرورة كل شيء.

S لا تجعل الإجابات رقمية فقط، بل اترك مساحة للكتابة.

S لا تكثر من الأسئلة؛ فالناس ملولة في التقييم.

. نموذج تقييم المحاضر:

ž اسم المحاضر: ....

ž اسم المحاضرة: ....

ž اسم معبئي التقييم (اختياري): ....

أرجو وضع درجة كالتالي أمام كل بند:

١ - ضعيف. ٢ - مقبول. ٣ - جيد. ٤ - جيد جدّاً. ٥ - ممتاز.

البند	النقاط	الدرجة	ملاحظات
أولاً: التخطيط	١- درجة التمكن من المادة والثقة بالنفس. ٢- مدى الترتيب وتناسق الخطبة. ٣- وضوح الهدف وحسن اختيار الموضوع. ٤- مناسبة الحديث للجمهور		
ثانياً: الإعداد	١- الاستفادة من الإمكانات المتوفرة في المكان. ٢- وسائل الإيضاح كثيرة. ٣- وسائل الإيضاح معدة جيّداً. ٤- وسائل الإيضاح متنوعة. ٥- تعامل المحاضر مع وسائل الإيضاح جيد.		
ثالثاً: تسلسل الحديث	١- المقدمة قويّة وواضحة وتشدّ الجمهور. ٢- وضوح النقاط الرئيسة والفرعية. ٣- استعمال الاستشهادات بكثرة. ٤- المعلومات جديدة ومفيدة ومقنعة. ٥- الخاتمة قوية وواضحة ومؤثرة.		
	١- المظهر العام لائق. ٢- الوقوف والمشي فعّال.		

رابعاً: الإلقاء	٣- حركات اليدين مناسبة وفعاّلة. ٤- تعابير الوجه مناسبة وفعاّلة. ٥- نظرات العينين وتعبيراته فعّالة. ٧- الوقفات بين الكلمات والجمل صحيحة. ٨- الابتسامة والفكاهة والمرح. ٩- اللغة بسيطة ومناسبة والجمل قصيرة. ١٠- الانتقال فعّال بين النقاط الرئيسة والفرعية.		
خامساً: تقييم الأداء والختام	١- الالتزام بالوقت ضمن المعقول. ٢- انتباه ومشاركة الجمهور مستمرة. ٣- إدارة ومشاركة الجمهور مستمرة. ٤- استماع المحاضر للجمهور. ٥- إدارة المشاكل والمقاطعات والإزعاج.		

. نموذج التقييم العام:

ž **اسم البرنامج:** ....

ž **اسم المحاضر:** ....

ž **اسم المشارك (اختياري):** ....

ž **الشركة/ الجهة:** ....

‹ الرجاء وضع علامة صح في المربع الذي يتوافق مع رأيك وقناعتك الشخصيّة:

التنظيم الإداري للبرامج	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدّاً	ممتاز
١ - تاريخ عقد البرنامج					
٢ - مدة تنفيذ البرنامج					
٣- عدد ساعات التدريب اليوميّة					
٤- قاعة التدريب (السعة/ الإضاءة)					
٥ - خدمات التغذية					
٦ - الاستراحات					
٧- تجانس المتدربين علميّاً					
٨- وسائل العرض التدريبيّة					
٩ - المادة العلميّة					
المحتوى العلمي والأهداف					
١- توافق أهداف البرنامج مع احتياجاتك					
٢ - المحتوى العلمي للبرنامج					
أساليب التدريب المستخدمة					
١ - أساليب التدريب التي اتبعت					
٢- الموازنة الجانب النظري					

والتطبيقي					
٣- استخدام وسائل الإيضاح مع التدريب					
المدرب (المحاضر)					
١- الالتزام بالموعد المحدد للمحاضرة					
٢- تمكنه من المادة العلميّة					
٣- القدرة على الشرح وتوصيل المعلومات					
٤- طريقة التعامل مع المتدربين					

الرجاء الإفادة بأية ملاحظات أخرى.

تحليل التقييم:

من المهم أن يبذل المنظمون والمحاضر وقتاً في استخلاص نتائج هذا التقييم، وتوجيه المحاضر لمعرفة ما يمكن تحسينه أو علاجه.

واحرص على الاستفادة من الأرقام في استخلاص النسب، بالإضافة إلى الكلام المكتوب (وهو أهم في كثير من الأحيان)؛ لمعرفة الاقتراحات والشكاوي والإيجابيات، ثم اعمل على بناء خطة متكاملة لعلاج ذلك.

. استبانتك الشخصية[1]:

كيف تستخدم هذه القائمة؟

استخدم هذه القائمة أثناء إلقائك الخطبة أو بعدها، من الذاكرة أو أثناء شريط فيديو للخطبة.

وبوسعك أن تدعو شخصاً آخر كي يستمع إلى خطبتك ويستوفي هذه القائمة نيابة عنك؛ لأنه يكون ذا أثر وفعالية وموضوعية أكثر، إذ قد لا يكون بوسعك أن تقوّم سلوكك وأسلوبك بدقة.

كيف تضع العلامات؟

ضع (١) مقابل الرد بالإيجاب، و(صفراً) مقابل الرد بالنفي في الخانات الموضحة.

إذا بلغ مجموع العلامات (١٧) أو أكثر؛ فإن ذلك يوضّح توافر مهارات الإعداد والإلقاء الجيد للخطبة.

أما إذا كان مجموعة العلامات (١١) علامة أو أقلّ؛ فإن ذلك يستدعي القيام بجهد مخطط له بعناية وجدية لتحسين عمليتي الإعداد والإلقاء.

١- التخطيط:

هل كان حديثي مخططاً له جيداً من حيث:

[ ] المقدمة المرضية؟

[ ] إيفاء النقاط الرئيسة حقها؟

[ ] الخاتمة الجيدة للخطبة أو موجز جيد لها؟

[ ] الوقت المحدد؟

٢- الإلقاء:

m رباطة الجأش: هل أعبّر عن رباطة الجأش من حيث:

[ ] عدم التوتر، والسيطرة على النفس؟

[ ] الوقوف مستقيماً من دون جمود؛ مع توزيع التنقل بشكل مناسب وتباعد القدمين بشكل ملائم؟

---

(١) "دليل التدريب القيادي"، د. هشام الطالب، (ص١٦١).

[ ] ارتداء الملابس المريحة والملائمة؟

[ ] الوصول إلى المنصة بهدوء والتوقف برهة قبل التحدث؟

m الحركة: هل كونت لدى الجمهور انطباعاً يدل على الثقة بالنفس؛ من حيث:

[ ] استخدام حركات متعمدة لتعديل الجو السائد في القاعة، أو لاجتذاب الاهتمام إلى الأجهزة البصرية وتعزيز الأفكار وتجنب الحركات العشوائية العصبية؟

[ ] استخدام الإيماءات بشكل طبيعي لدعم الملاحظات والاستنتاجات وللتخلص من الإيماءات العصبية والجامدة؟

[ ] توافر الحيوية في تعابير الوجه؟

٣- الصوت والاتصال البصري:

هل أستخدم صوتي وعينيّ للتوصل مع الجمهور؛ من حيث:

[ ] التحدث بصوت مسموع وواضح؟

[ ] التحدث بنبرة دافئة وحميمة؟

[ ] تنويع وتيرة الصوت وسرعة الإلقاء بطريقة فعالة تخلو من الرتابة؟

[ ] تجنب التحدث ببطء شديد أو بسرعة شديدة؟

[ ] الحفاظ على الاتصال البصري مع الجمهور؟

[ ] النظر إلى جميع الحاضرين؟

٤- العرض الذاتي:

هل أديت أداءً فعّالاً؛ من حيث:

[ ] التحدث بشكل معبّر وبحماسة؟

[ ] استخدام المذكرات بشكل فعّال؟

[ ] استخدام الأجهزة البصرية المساعدة حينما تلزم؟

[ ] ملاحظة أي سلوك حميد أو سيئ؟

[ ] إتمام عملية الإلقاء بشكل إيجابي؟

تقويم المتحدثين - نموذج مختصر:

أجب عن كل سؤال؛ وذلك بتصنيف السلوك المشار إليه حسب الدرجات على المعيار من (١) إلى (٥) باعتبار أن (٥) تمثل أعلى مستوى منشود في السلوك المشار إليه.

ارسم دائرة حول درجة التقدير

١ - مستوى الصوت	١	٢	٣	٤	٥
٢ - الاتصال بالعين	١	٢	٣	٤	٥
٣ - المظهر البدني	١	٢	٣	٤	٥
٤ - حركة الجسم	١	٢	٣	٤	٥
٥ - موضوع الخطبة	١	٢	٣	٤	٥
٦ - التحكم في الوقت	١	٢	٣	٤	٥
٧ - البداية والنهاية	١	٢	٣	٤	٥
٨ - نظافة المنصة	١	٢	٣	٤	٥
٩ - الملبس	١	٢	٣	٤	٥
١٠ - إقناع المستمعين	١	٢	٣	٤	٥
١١ - الأداء العام					

/ / /

فهرس المصادر والمراجع

١ - «الإقناع، كيف تقنع الآخرين بأرائك وأفكارك؟»، مصطفى الدباغ، دار الإسراء، الطبعة الأولى ٢٠٠٦.

٢ - «حتى نستفيد من خطبة الجمعة»، د. محمد الدويش، مجلة «البيان»، العدد ٦٥.

٣ - «خطبة الجمعة ومسؤوليات الخطباء»،إعداد مجلس الدعوة والإرشاد بوزارة الأوقاف السعودية.

٤ - «دليل التدريب القيادي»، د. هشام الطالب، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، الطبعة الثانية ١٩٩٥م.

٥ - «رسالة إلى إمام المسجدفي بيان دوره ومهامه الشرعية»، د. هشام عبد القادر قعدة، دار الصفوة - القاهرة، الطبعة الثانية سنة ٢٠٠٧م.

٦ - «رسالة إلى الخطيب في رسالته»، محمد الصادق مغلس المراني، مقال على موقعه الإلكتروني.

٧ - «سوق فكرك، تسويق الأفكار جولة بين العلوم»، د. عبد الله بن سالم باهمام، ١٤٣٠هـ.

٨ - «فنون خطابية، ومهارات إلقائية»، ماجد بن جعفر الغامدي - مقال على شبكة الإنترنت.

٩ - «فن الإلقاء الرائع»، د. طارق السويدان، شركة الإبداع الفكري، الطبعة الخامسة ٢٠٠٨م.

١٠ - «فنون الإلقاء (مذكرة تدريبية)»، محمد عايش.

١١ - «كيف تختار موضوع الخطبة؟»، إبراهيم بن محمد الحقيل، مجلة «البيان»، العدد ٢٠٩.

١٢ - «كيف تعرض أفكارك؟»، د. حمزة زوبع، دار إقرأ للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م.

١٣ - «كيف تكون خطيباً، التيسير في الخطب والوعظ والتذكير»، سعيد عبد العظيم، دار الإيمان - الإسكندرية.

١٤ - «لقاء الجماهير، برنامج الحديث الإقناعي وفن توصيل المعلومات»، د. أكرم رضا، دار التوزيع والنشر الإسلامية - مصر، الطبعة الأولى ٢٠٠١م.

١٥ - «لماذا نخشي الإلقاء؟»، عيسي العيسي و عبدالله البابطين، مركز الإلقاء للتدريب، الطبعة الثانية ٢٠٠٧م.

١٦ - «منهاج الخطيب، منهج عملي لتحضير الخطبة والدرس»، حسن هدية، دار القمة.

١٧ - «مهاراتك الشخصية طريقك للتأثير»، عادل محمد العبد العالي، الطبعة الأولى ١٤٢٢هـ.

١٨ - «مهاراتك الشخصية طريقك للتأثير»، الجزء الثالث، عادل محمد العبد العالي، الطبعة الأولى ١٤٢٥هـ.

١٩ - «المحاور المحترف أداب ومهارات»، إبراهيم الديب، أم القرى، الطبعة الأولى ٢٠٠٥م.

فهارس
الموضوعات

@ _

الإعداد الذكي

#

حانت ساعة العرض ومواجهة الجمهور

قطار الأفكار:

$ _
انظم لنادي الخطباء المحترفين

% _
أسرار سحر البيان

ملحق

نماذج تساعدك في الإلقاء